

*Савенко Г.Є.,
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства та підприємництва,
Таврійський національний університет
імені В.І. Вернадського, м. Київ*

РОЗВИТОК РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ЯГІДНИХ КУЛЬТУР УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Анотація. У статті досліджено сучасний стан ринку продукції ягідних культур в Україні. Проаналізовано вітчизняні конкурентні переваги у виробництві органічних ягід. Визначено напрями та перспективи збільшення експорту української ягідної продукції.

Ключові слова: ринок ягід, органічна ягідна продукція, нішеві ягідні культури, супер-фрукти, експорт, стандарти, сертифікація, зона вільної торгівлі.

Постановка проблеми. Нині світовим трендом здорового способу життя є споживання ягідної продукції. Обсяги виробництва ягід в країнах ЄС та країнах, що є найбільшими постачальниками ринку Європи, щорічно зростають в середньому на 6% за останні 5 років. Україна має шанс стати ключовим виробником і постачальником продукції традиційних та найбільш затребуваних ягідних культур, таких як полуниця (суниця садова), малина, чорна смородина, агрус, чорниця, ожина, насамперед на європейський ринок.

Іншими перспективними експортними напрямками є виробництво органічної ягідної продукції, вирощування нішевих ягідних культур: актинїдії, жимолості, лимонника тощо, а також ягід лінійки "superfoods": чорниці, обліпихи, ожини, лохини, журавлини та чорноплідної горобини.

Отже, існують можливості нарощування українського експорту ягід на європейський ринок. Особливо це важливо в умовах дії поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробленням стратегічних напрямів та практичних засад виробництва та експорту аграрної продукції займаються такі вітчизняні науковці, як, зокрема, Т.П. Богдан, О.М. Бородіна, Є.М. Данкевич, В.М. Геєць, Т.О. Зінчук, С.М. Кваша, Л.А. Костюк, П.В. Кондратенко, Т.О. Осташко, Л.М. Шевчук, В.В. Юрчишин.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Питання виробництва конкурентоспроможної продукції ягідництва згідно з міжнародними та європейськими вимогами потребують подальшого дослідження.

Мета статті полягає в аналізі ринку продукції ягідних культур в Україні та визначенні заходів, які потрібно здійснити державі для стимулювання виробників та експортерів продукції ягідництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Обсяг ринку плодово-ягідної продукції у 2015 році перевищив \$250 млн. (сукупні цифри по ягоді та кісточковим: черешні та вишні) [2]. Було вироблено 130,1 тис. т ягідної продукції, при цьому рекомендований рівень споживання ягід в Україні (4 кг на одну особу в рік) залишається набагато нижчим європейського (36 кг). Виробництво ягід в Україні зростає в 1,5–2 рази швидше, ніж споживання. Ринок швидко насичується продукцією, підвищу-

ється її якість, розширюється асортимент, але купівельна спроможність населення залишається на низькому рівні.

На ринку ягід України лідирує полуниця (суниця садова): площа під полуницями у 2015 році склала 9 тис. га, виробництво цієї культури становило 61,2 тис. т. Україна посідає сьоме місце в Європі за обсягами виробництва полуниці, вирощує 6% від світового врожаю. Наступними за поширенням в Україні ягідними культурами є малина (під її вирощування задіяні 6 тис. га землі, врожай у 2015 році склав 30,4 тис. т.) та смородина (25,5 тис. та 6,2 тис. га землі).

Більшу частину експорту ягід в ЄС у 2015 році склали заморожені ягоди (виручка від їх реалізації становила \$9,4 млн. у 2015 році), на другому місці знаходяться свіжі ягоди (\$3,1 млн.). У 2015 році з України було експортовано замороженої ягоди: 8 тис. т полуниці, 2,5 тис. т малини, 200 т смородини. Лідером з експорту, як і в попередні роки, стала чорниця – близько 17,4 тис. т було поставлено закордон, переважно в країні Євросоюзу. Загалом у 2015 році на закордонні ринки було експортовано близько 29 тис. т заморожених українських ягід, що на 70% більше, ніж у попередньому році. За 11 місяців 2016 року Україна експортувала понад 38 тис. т цієї продукції. До основних країн-споживачів українських заморожених ягід належать Польща (\$3,4 млн.), Німеччина (\$1 млн.), Австрія (\$0,7 млн.), Нідерланди (\$0,5 млн.) і Франція (\$0,4 млн.).

Україна знаходиться на третьому місці в світі з виробництва заморожених дикорослих ягід. Експортуються переважно лохина, журавлина та чорниця; 75% заморожених дикорослих ягід спрямовується до Франції, Німеччині, Литви, Польщі.

Що стосується свіжих ягід, то найбільше Україна у 2015 році експортувала їх до Польщі (\$1,6 млн.) та Нідерландів (\$1,4 млн.).

Чинниками, які сприяють експортній спрямованості розвитку ринку ягід України, є сприятливі кліматичні умови для виробництва; близькість до ринків ЄС; висока якість продукції, зменшення через девальвацію гривні собівартості, конкурентні ціни, а також дешева робоча сила, що сприяє виробництву чорниці, ожини, лохини, малини. Механізувати збирання ягід екстра-класу, наприклад, ремонтантної малини, взагалі неможливо. Таким чином, низькі витрати на оплату ручної праці залишаються перевагою України і в масштабах промислового вирощування ягід.

Ціни на зовнішньому ринку на українську ягідну продукцію вищі на 30%, проте експортуються всього 8% вирощених ягід. Так, закупівельні ціни на малину у трейдерів, які готують партії на експорт, у 2016 році становили €2,5–3,5/кг. За прямими контрактами з європейським переробниками органічної продукції охолоджена до 5 градусів малина коштувала максимально €10/кг. На заморожені за європейськими стандартами ягоди ціни ще вище, а саме €15–20 /кг. Водночас ціни

на внутрішньому ринку на свіжі ягоди коливалися в межах €1,4–1,7/кг.

Головними перешкодами експорту українських ягід є висока конкуренція; чинні в конкретних країнах стандарти, незалежно від офіційних вимог ЄС; застарілість виробничих фондів та не оптимальність бізнес-моделі. Експорт ягідної продукції у 2016 році скоротився через втрату російського ринку. Крім того, вимоги до якості у російських покупців були нижчими, ніж у Євросоюзі.

Для того, щоб скористатися перевагами зони вільної торгівлі, експортеру ягідної продукції необхідно отримати в уповноважених органах України документ, що підтверджує країну походження – EUR.1.

Імпорт аграрної продукції на територію ЄС має відповідати встановленим вимогам, дотримання яких гарантує безпеку аграрної продукції на ринку та відсутність забруднювачів у кількостях, що могли б загрожувати здоров'ю людини. Максимальний вміст деяких забруднювачів у харчах на ринках країн ЄС визначений регламентом Європейської Комісії № 1881/2006.

Для захисту споживачів від неприйнятних рівнів залишкового вмісту пестицидів Європейська Комісія встановила максимально допустимі рівні залишків під час імпорту рослинних продуктів. Регламентом ЄК № 1107/2009 визначено правила і процедури реалізації в ЄС активних речовин і отримання дозволу держав ЄС на продукти захисту, що містять ці речовини.

Нормативно-правовими актами ЄС встановлено правило простежуваності як можливість виявити будь-який харчовий продукт, речовину тощо та простежити за ними на всіх етапах виробництва, переробки, розповсюдження. Для цього харчові продукти, що постачаються в ЄС, повинні відповідати правилам маркування ЄС, спрямованим на те, щоб споживачі під час придбання продукції мали всю необхідну інформацію для свідомого вибору. Механізм контролю з боку країн ЄС за здоров'ям рослин є одним з ключових моментів для українських експортерів ягідної продукції. Під час ввезення в ЄС продукти рослинного походження мають супроводжуватися фіто санітарним сертифікатом, виданим компетентним органом країни, що експортує; пройти митні перевірки; імпортуватися в ЄС офіційно зареєстрованим в державі ЄС імпортером; бути заявленими в митних органах до прибуття до місця перетину кордону.

Згідно з основними засадами Угоди про зону вільної торгівлі Україна повинна поступово впроваджувати європейські стандарти (EN) як національні (Додаток 3 Угоди про асоціацію «Україна – ЄС»). У кількісному виразі необхідно гармонізувати у сфері виробництва аграрної та харчової продукції майже 300 міжнародних стандартів Кодексу Аліментаріус.

Для європейських покупців також важливі умови зберігання і транспортування ягоди. Обов'язковою умовою є охолодження свіжої ягоди. Крім того, на полицях супермаркетів ягода повинна бути не пізніше, ніж через три дні після збирання.

До заходів нетарифного регулювання також можна віднести приватні стандарти, що діють незалежно від законодавчого регулювання в ЄС. Наприклад, йдеться про необхідність дотримуватися певних соціально-економічних, екологічних та моральних принципів під час виробництва товару для того, щоб мати доступ до полиць окремих супермаркетів. Актуальною є сертифікація за GlobalGAP – найбільш поширеним приватним стандартом, який використовують європейські торговельні мережі.

Фермерським господарствам, не інтегрованим в корпоративні структури, доцільно переходити до вирощування органічної продукції та нішевих культур. Офіційна статистика стосовно органічної аграрної та харчової продукції в Україні відсутня, але, згідно з твердженням експертів, українські виробники органічних ягід зараз експортують практично весь урожай, адже всередині країни попит на нього відсутній. Важливо, що на експорт в ЄС органічної продукції встановлені нульові ставки мита, на органічну продукцію не поширюється квотування, отже, основною перешкодою експорту вітчизняної органічної ягідної продукції до ЄС є регулятивні бар'єри.

Близько 80% органічної ягідної продукції вирощується населенням і дрібними господарствами. Значна частина цих господарств є учасниками проектів із впровадження органічного агровиробництва в Україні та співпрацюють з іноземними компаніями, насамперед з компаніями із Німеччини.

Обов'язковою умовою для початку виробництва органічної ягоди є наявність ділянки землі, яка не оброблялася хімічними речовинами як мінімум останні 3 роки (в ЄС – 5 років). Також для вирощування сертифікованої продукції необхідні органічні саджанці і такі ж препарати для обробки рослин та добрива. В Україні сертифіковані такі види органічних ягідних культур: малина, ожина, суниця, полуниця, чорниця, брусниця, журавлина, калина, кизил, чорноплідна горобина (аронія), бузина; свіжі, сушені, заморожені ягоди та перероблена ягідна продукція (джеми, сиропи, соки, консервовані ягоди тощо).

Органічна ягода може зберігати товарний вигляд обмежений термін. Тому практично єдиний варіант продати органічну ягоду за кордон – це заморозити її за відповідною технологією. Таке обладнання є нерентабельним для фермерів, які вирощують ягоди на невеликих ділянках землі (до 50 га). Для вирішення цієї проблеми в Європі фермери об'єднуються в кооперативи.

Такі кооперативи діють і в Україні. Наприклад, кооператив «Київський», який об'єднує фермерів-садівників з 11 областей. В кооператив входить 40 учасників, загальна площа земельних угідь складає 300 га. Кооператив бере на себе вирішення питань із заморожуванням, упаковкою і експортом продукції, а також допомагає з навчанням, з саджанцями, з сертифікацією. Учасники кооперативу на пільгових умовах отримують від компанії-засновника «Small Fruit» саджанці, добрива і технології. Отриманий урожай компанія викупує, таким чином об'єднуючи урожай учасників кооперативу у товарну партію для продажу до ЄС. Гарантована велика партія органічних ягід необхідна, щоб задовольнити великих європейських замовників, які потребують товарних партій не менше 1–3 тис. т [3].

Вітчизняний ринок органічної аграрної продукції, зокрема ягідної, знаходиться на стадії формування та потребує вибору відповідної моделі державного регулювання. Цілями можуть бути створення прошарку дрібних підприємств та збільшення кількості робочих місць; розвиток конкурентоспроможної на міжнародному ринку експортної галузі.

Якщо пріоритетом є створення прошарку дрібних підприємств, то держава повинна створювати для дрібних господарств масштабну інфраструктуру підтримки сертифікації, забезпечення постачання продукції споживачу. Необхідним є створення системи інформування населення про переваги органічної продукції. Крім того, для сталого розвитку дрібних та середніх фермерів потрібні регулярні урядові субсидії.

Якщо ж пріоритетом є створення конкурентоспроможної експортної галузі, то важливі інші умови: відповідність вну-

трішньої сертифікації вимогам споживачів на ринках збуту, швидке створення великих компаній з числа, наприклад, наявних традиційних виробників [4].

Іншим перспективним напрямом для виробництва експортно-орієнтованої продукції є нішеві культури, а саме актиніда, жимолость, лимонник, гібриди малини та ожини (логанберрі, маріонберрі, янгберрі, тайберрі), йошта (гібрид чорної смородини та агрусу), ірга, шипшина, барбарис, фізаліс, глід тощо. Питома вага комерційних насаджень таких культур у структурі ягідників країни коливається в межах 1–1,5% і поки не перевищує 24 тисяч га.

Так, лохина за останні 10 років з рідкісної і маловідомої нішевої культури перетворилася на одну з найбільш культивованих і перспективних в Україні. Незважаючи на дорожнечу саджанців і тривалий термін очікування першого плодоношення (до 5 років), ця ягода є понад рентабельною культурою. Її ціна не опускається нижче €2,8/кг, не в сезон вона становить €9,5/кг. Щоб наситити внутрішній ринок, треба висадити близько 6–8 тис. га цієї культури за наявних площ 1 тис. га. У 2016 році найбільший обсяг експорту української лохини прийшовся на країни ЄС – 700 т (у 2015 році – 300 т), головними країнами-покупцями залишилися Нідерланди та Великобританія.

Продукція культур, традиційних для України, як, наприклад, агрус, червона та біла смородина, обліпиха, калина і навіть ожина, так і залишаються нішевидами, що пояснюється обмеженістю попиту навіть за умов преміум-цін.

Сучасним трендом, поширеним в Європі, є так звані sneki із сушених органічних ягід. Також в Європі зростає попит на корисні в косметології, кондитерському виробництві та здоровому харчуванні «супер-фрукти» – плоди, які у великих кількостях містять клітковину, вітаміни, мінерали, антиоксиданти, пектини та інші нутрієнти, що допомагають організму зберігати здоров'я і молодість. В Україні наявні усі традиційні ягоди, які входять до лінійки супер-фруктів, а саме чорниця, обліпиха, лохина, ожина, журавлина та чорноплідна горобина [5].

Так, у 2015 році комерційні плантації журавлини в Україні знаходилися у Волинській та Рівненській областях та склали близько 20 га. Основними перевагами вирощування журавлини є висока врожайність культури – 20 т/га, а також можливість експлуатувати плантацію близько 60 років.

Перспективною для комерційного вирощування ягідною культурою є чорноплідна горобина. Ціна реалізації свіжої горобини на внутрішньому ринку в сезон 2016 року складала 100–120 грн./кг, вартість сушеної ягоди становить 60–70 грн./кг. Ціна замороженої або сушеної ягоди на експорт вдвічі більша, проте необхідною є товарна партія не менше 10–12 тонн. Чорноплідна горобина, згідно з оцінками експертів, – перспективний варіант для бізнесу. Вона невибаглива, ягоди, на відміну від полуниці, малини та інших, довго зберігають товарний вид. Найбільший економічний потенціал має виробництво сушеної горобини, її закуповують фармацевтичні компанії, магазини здорового харчування.

Сьогодні набуває поширення вирощування у дрібних фермерських господарствах ягід годжі (Дерева китайська – *Lycium chinense*), саджанці якої імпортують з Польщі. Попри високу вартість (€45/кг сушених ягід), ягоди годжі є найбільш трендовими на ринку продуктів “superfoods”, їх вживають для зміцнення імунної системи.

Конкурентом України у постачанні ягідної продукції на ринок ЄС є Польща. Врожайність ягідних культур в Польщі на 7–20% вище, ніж у схожій за кліматичними умовами Укра-

їні. Щорічно в Польщі збирають близько 500–600 тис. т. ягід. Польща забезпечує 55% експорту заморожених ягід на європейському ринку. Країна є одним з найбільших експортерів полуниці та чорної смородини в Європі, незважаючи на те, що собівартість виробництва цих ягід у польських фермерів приблизно на 45–65% вище, ніж в Україні, а також одним зі світових лідерів експорту малини, агрусу та аронії чорноплідної, входить в топ-10 найбільших світових виробників лохини високорослої. Польща та інші країни ЄС-28 отримують від своїх урядів дотації, які дають змогу частково або повністю компенсувати витрати на придбання техніки, що зменшує собівартість і витрати на виробництво.

Ринок ягідної продукції у нашій країні переживає стадію становлення: в бізнесі щодо вирощування ягід задіяні дрібні фермери, агрокомпанії і навіть підприємці без відповідного досвіду, що прийшли з інших сфер. Ягідний бізнес, орієнтований на експорт, є високорентабельним, тому прогнозується зростання кількості учасників.

Виробництво ягідної продукції може стати складовою стратегії розвитку сільських громад. Прикладом є с. Снітків Вінницької області, де за останні декілька років створено 200 робочих місць у ягідному бізнесі. Було залучено 20 млн. грн. приватних інвестицій, відроджено 130 га садів, закладено 20 га малинника, 8 га суничника, 14 га лохини, планується вирощування горобини, приватні господарства залучені до вирощування чорної смородини. У м. Вінниці інвестором споруджено холодильний комплекс із системою глибокої заморозки ягід загальною місткістю 1,5 тис. т, введено австрійську лінію з виготовлення органічних фрешів з додаванням соку кислих сортів полуниці. Все це дає змогу мінімізувати ризики і гарантує прибутковість ягідного виробництва [6].

Згідно з експертними оцінками сукупна потреба української ягідної галузі в інвестиціях на зберігання, післязбиральну доробку і логістику плодово-овочевої продукції на найближчі 10 років становить понад \$1 млрд. Необхідна організація ягідних кластерів за видами ягід, що складаються з ягідно-плодових кооперативів, та створення для них розплідників, лабораторій “invito”, машино-тракторних станцій, переробних комплексів, логістичних центрів з експортним потенціалом.

Висновки. Для розвитку вітчизняного ринку ягідної продукції та збільшення експорту ягід до ЄС, виходу на нові ринки державі доцільно проводити політику:

- сприяння прискоренню процесу впровадження європейських та міжнародних стандартів безпеки та якості продуктів харчування (НАССР, ISO, EN, Кодексу Аліментаріус) у сфері виробництва ягідної продукції;

- сприяння виробництву в Україні органічної ягідної продукції та її експорту до країн ЄС; важливим є охоплення системою офіційного контролю малих і середніх господарств, які мають перспективи виробництва органічної ягоди;

- популяризації на європейському ринку продукції традиційних для України нішевих ягідних культур;

- сприяння зовнішньому фінансуванню для залучення господарств населення до вирощування ягід; джерелом зовнішнього фінансування можуть бути фонди Програми Європейського сусідства для сільського господарства та сільського розвитку (ENPARD);

Для успішної конкуренції на ринках ЄС галузевим виробничим аграрним асоціаціям доцільно розробляти, впроваджувати та рекламувати добровільні галузеві стандарти, які містять більш суворі вимоги до якості продукції.

Забезпечення продовольчої безпеки країни, зокрема самозабезпечення ягодами, повинно досягатися не тільки підвищенням ефективності виробництва плодів і ягід, але й підвищенням ефективності їх переробки, підвищенням якості виробленої продукції. Необхідними є бюджетна підтримка розвитку виробництва (страхування, дотації, субсидії, часткові компенсації), зокрема дотації на закладку ягідних плантацій; пільгове оподаткування та кредитування, які стимулюють збільшення виробництва продукції інтенсивними методами за рахунок підвищення врожайності; фінансування наукових досліджень із селекції ягідних насаджень, розроблення нових технологій, використання високоєфективної спеціалізованої сільськогосподарської техніки тощо.

Необхідними є зниження ставок ввізних мит на імпортовані технологічне обладнання, яке не має вітчизняних аналогів; забезпечення бюджетної підтримки розвитку переробки плодово-ягідної продукції та підвищення ступеня завантаження потужностей підприємств шляхом надання пільгових позик або цільових кредитів під заставу акцій або майна підприємства для проведення закупівель сировини у сільськогосподарських товаровиробників.

Література:

1. Угода про Асоціацію «Україна – ЄС» / Урядовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua/kmu...223223535>.
2. Рослинництво України, 2015 / Державна служба статистики України. – К., 2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Рентабельність органічних ягід сягає 200% // Agroexpert. – 2016. – № 4 (93). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.agroexpert.ua.../rentabelnist-organichnikh-jagid-sjaga-je-200.html>.

4. Органічна продовольча продукція – новий вектор розвитку сільськогосподарства // ICTSD (Міжнародний центр з торгівлі та сталого розвитку), Швейцарія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ictsd.org>
5. Breyer M. Superfoods: 11 berries to improve your health [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mnn.com/food/healthy-eating/stories/superfoods-11-berries-to-improve-your-health>.
6. Снітків шукає робочі руки // Рідне село [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ridneselo.com/node/13495>.

Савенко А.Е. Развитие рынка продукции ягодных культур Украины в условиях евроинтеграции

Аннотація. В статті досліджено сучасне становище ринку продукції ягідних культур в Україні. Проаналізовані оточувальні конкурентні переваги в виробництві органічних ягід. Визначені напрямки і перспективи збільшення експорту української ягідної продукції.

Ключевые слова: рынок ягод, органическая ягодная продукция, нишевые ягодные культуры, супер-фрукты, экспорт, стандарты, сертификация, зона свободной торговли.

Savenko H.Ye. The development of the market of production of berries of Ukraine in conditions of the integration into the European Union

Summary. The article examines the current state of the market for berry crops in Ukraine. Analyzed domestic competitive advantages in the production of organic berries. Directions and prospects of increasing export of Ukrainian berry production are determined.

Keywords: berries market, organic berry crops, rare berries, super-fruits, export, standards, certification, free trade zone.