

Особливості торгівлі товарним льоном з різними країнами



Слайд 1

ВСТУП



Слайд 2

Товариство з обмеженою відповідальністю Просвітницька виробничо-комерційна фірма «СЯЙВО» вже понад 20 років є авторитетним постачальником високоякісної сировини, такої як льон для виробництва продуктів харчування, а також для виробництва кормів.

З року в рік колектив фірми працює з українськими аграріями, ретельно контролюючи якість льону, доробляє його на власній виробничій базі і поставляє до більшості європейських країн.

Насіння льону традиційно займає провідне місце серед наших товарів.

1. Потенційні можливості для експорту товарного льону:

1.1. Особливості споживчого попиту на товарний льон у світі

Широке застосування насіння льону та головних продуктів з нього – олії та макухи – зумовлює попит на цю продукцію переважно на зовнішньому ринку.

Льон олійний належить до експортних культур. Внутрішня його переробка на промислових підприємствах незначна.

Льон і лляна олія залишаються трендом у світі завдяки своїм унікальним цілющим властивостям. Наприклад, у Німеччині в хлібопекарській галузі застосовують близько 60 тис. тонн насіння льону на рік (це майже 1 кг на людину). У Канаді насіння льону — це вже не окрема харчова складова, а повноцінний продукт харчування: спеціальна Національна програма рекомендує включати до 12% насіння льону в хлібобулочні вироби. А у США рекомендується споживати не менше трьох порцій цільного зерна на день, що відповідає трьом столовим ложкам. Наприклад, у вигляді ситних хлібців чи в розмеленому вигляді як присипки. На часі прийняття і в нашій державі Національної програми здорового харчування, включно з льоном.



Слайд 3

Незважаючи на досить широкий спектр застосування льону і продуктів його переробки, він займає в Україні невелику частку в сегменті ринку олійної сировини: він як був, так і залишається експортною культурою; так само і продукти його переробки. І хоча якраз експортування насіння льону є перспективним у світлі зростання його популярності в світі, на Україні і вирощування, і експорт призупинили свій розвиток на позначці 50-60 / 25-30 тис. тонн на рік відповідно, що в 10 разів менше, ніж у Росії чи Казахстані та в 20 разів менше, ніж у Канаді. Однією з причин цього є наявність державного регулювання, яке не стимулює збільшення виробництва льону.

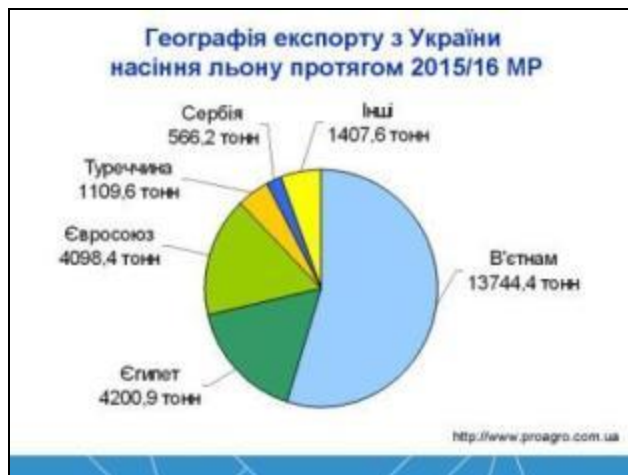
До новітніх причин можна віднести анексію Криму. Адже там традиційно вирощували льон у промислових масштабах, льон надходив на елеватори області, а звідти залізницею на переробку.

2.1. Нові та потенційні ринки збуту



Слайд 4

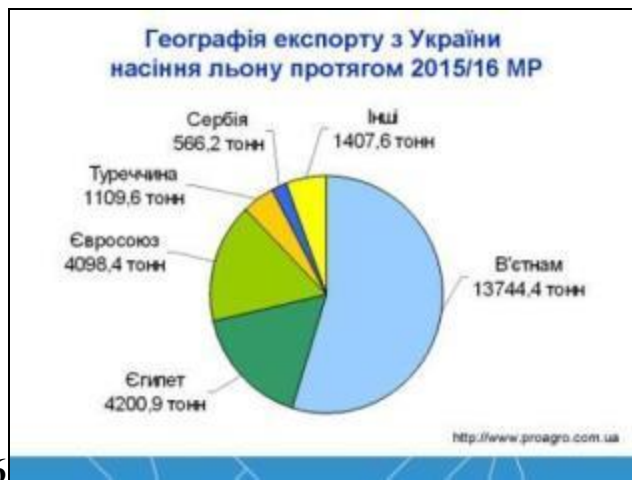
Основні країни-виробники олійного льону в світі це Канада, США, Росія, Казахстан. Найкрупнішим світовим виробником лляного насіння є Канада, на долю якої припадає близько 40%. Найбільшими виробниками льону в країнах ЄС є Німеччина, Великобританія, Франція.



Слайд 5

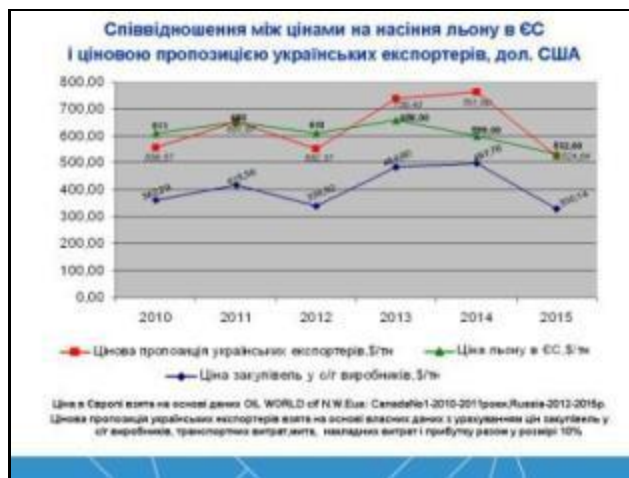
Головний напрямок експорту українського льону – Південно-Східна Азія. На другому місці – Близький Схід, потім Європейський Союз (рис.2). Льон з України купують 27 країн – членів ЄС, а також Єгипет, Туреччина, В'єтнам. Основні покупці в ЄС – це Польща, Німеччина, Австрія, Румунія, Угорщина, Литва. Польща й країни Балтії часто купують український льон для перепродажу. Варто зазначити, що суттєвих змін у перерозподілі напрямків споживання та експорту насіння льону останнім часом майже не відбувається. В цілому, напрямки збуту характеризуються як стабільні.

Найперші конкуренти України на європейському ринку — це Росія і Казахстан. Там виробники насіння льону знаходяться у більш вигірній ситуації, ніж їхні українські колеги. По-перше, існує програма державної підтримки вирощування льону. Аграріям виплачуються дотації. Крім того, ці країни мають власні енергетичні ресурси, тому ціни на пально-мастильні матеріали є нижчими за українські, що, відповідно, також зменшує собівартість вирощеної продукції. І, насамперед, у цих країнах немає вивізного мита на насіння льону [7].



Слайд 6

Експорт насіння льону з України на європейський ринок є досить вигідним, оскільки, за даними митної статистики, 2015 року ціна 1 т сягала 485 €, тоді як на азійському напрямку — 370 € (зазначимо, за рахунок якісних параметрів).



Слайд 7

У 2015 р. близько 2,2 тис. т насіння льону було експортовано до Польщі, 0,9 тис. т до Німеччини, 0,8 тис. т до Австрії та 1,0 тис. т до Сербії.

Варто також окремо зазначити, що в країнах Європи щорічно попит на насіння льону сягає близько 600-700 тис. т, з яких основну частину займає продукція з Канади. З огляду на географічну відстань вигідним є саме експорт українського льону, що має більше конкурентних переваг. Тому цей традиційний ринок є далі перспективним для вітчизняних експортерів [2].

Проте, дехто в Україні не хоче вільної торгівлі з ЄС. Такий висновок випливає з Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом у частині збережених вивізних (експортних) мит. Для українських підприємств ця проблема залишається актуальною, так як у ній переплелися інтереси сільгоспвиробника і організованого переробника. Експортер насіння у цій ситуації стимулює попит на продукцію сільгоспвиробника. Останніми роками промислова переробка зосередилася на фірмі донецької «Факторії», а традиційний переробник «Ніжинський жиркомбінат» скоротив до 1 % зібраного льону, не дивлячись на наявність вивізного мита.

У рамках роботи Ради з просування експорту при Мінекономрозвитку у листопаді 2015 року, фірма «Сяйво» порушила питання щодо необхідності скасування вивізного мита на насіння льону та рижію. При цьому фірма посилялася на економічне обґрунтування Інституту олійних культур НААН.

Нещодавно фірма отримали листа, в якому Мінекономрозвитку інформувало про початок тимчасового застосування з 1 січня 2016 року розділу IV Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом.

Так, Додаток I-C Угоди передбачає поступове зменшення ставки вивізного мита на льон з 10 до 0% протягом наступних десяти (!) років (на 0,9% щороку). Отже, покращання ситуації у льонарстві слід очікувати через 5-10 років. Із 2016 року ставка вивізного мита до країн ЄС становить 9,1%. Нажаль, у засобах масової інформації бракує роз'яснень щодо можливостей для підприємств у зв'язку з дією Угоди саме в аспекті українських експортних мит. На практиці у січні - лютому митниця продовжувала стягувати мито за ставкою 10%, посиляючись на відсутність внутрішніх наказів, ігноруючи дію Угоди.

Отже, переробники льону, а це здебільшого члени асоціації «Укроліяпром», і далі гарантовано будуть забезпечені додатковою прибутковістю, щоправда не зреалізованою, а експорт льону не витримуватиме конкуренції. Економічних обґрунтувань таких односторонніх переваг Мінекономрозвитку не надає. Підрахунки, проведені нашою компанією, доводять, що ефект від мита перекривається зростанням виробництва насіння льону до 150 тис. тонн за рентабельності 10 %. Насправді ж рентабельність значно вища - 30 %, тобто збільшення виробництва у 1,5-2 рази покриває ефект від мита.

У цілому показник товарного експорту України до ЄС за перші два місяці 2016 року порівняно з аналогічним періодом минулого року зменшився на 39,8%.

Про це під час своєї доповіді про ЗВТ з ЄС на засіданні української частини парламентського комітету асоціації Україна – ЄС у Брюсселі заявив голова комітету Верховної Ради з питань промислової політики та підприємництва Віктор Галасюк. На думку парламентаря, причини тому слід шукати як серед зовнішніх, так і серед внутрішніх факторів.

На міжнародному рівні негативну роль відіграли тарифні та нетарифні бар'єри. Тож у рамках зовнішньої політики розв'язанню зазначених проблем, на думку Галасюка, могли б посприяти переговори з лібералізації тарифних та нетарифних торговельних бар'єрів, розвиток торгової дипломатії, вдосконалення механізму торговельного інформування, лібералізація торговельних заходів, координація співпраці в галузі технічної допомоги.

Стосовно внутрішньої політики, зазначив депутат, слід подбати про посилення конкурентоздатності, більш глибоке залучення бізнес-спільноти, українських та європейських законодавців через Комітет асоціації у торговельному складі, тощо [4].

Але, як бачимо, міністерства агрополітики, торгівлі, закордонних справ не надають суб'єктам господарювання компетентної інформації, зокрема стосовно ринків льону.



Слайд 8

За даними Ради з питань льону Канади [8] насіння льону використовується в трьох основних напрямках – для харчування, виробництва кормів та промислової переробки. Відтак напрямки реалізації на трьох ключових ринках: Північної Америки, Європи, Китаю. У США передбачається зростання споживання в усіх трьох сегментах. Європейські країни сконцентровані переважно на промисловій переробці насіння льону, нарощуючи однак потенціал для використання насіння льону як харчової продукції. Невичерпний потенціал для нарощування обсягів імпорту насіння льону має Китай, який використовує цей продукт також у всіх трьох галузях. У найближчі роки збільшити рівень імпорту насіння льону може Індія, населення якої скоро перевершить китайське. У 2050 році кожен третій мешканець на Землі буде індієць або китаєць. Очевидно, що й українські експортери мають гарні перспективи на цих ринках.

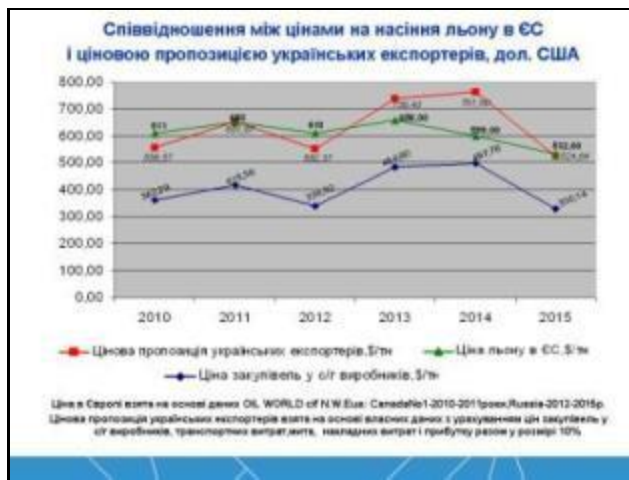
2. Дослідження ринків збуту:

2.1. Фактори, що формують попит та ціноутворення

Олійний льон є альтернативною культурою якому ріпаку за розміщенням у сівозмінах, а за споживанням може відвоювати площі у більш поширеного соняшника. Основна перспектива льону олійного – альтернатива соняшнику. Прийде час, коли справжні господарі своєї землі будуть перейматися її родючістю, збагаченню для майбутнього.

Льон можна вирощувати в різних регіонах України, він не поступається за прибутковістю іншим олійним культурам та є значно кращим попередником.

До того ж, олійний льон має просту технологію вирощування, майже не потребує застосування інсектицидів. Це є також підставою для того, щоб олійний льон знайшов гідне місце у здоровому харчуванні.



Слайд 9

В основі ефективності виробництва продукції є її собівартість та ціна реалізації. У 2015-2016 МР ціни на насіння льону мали значні коливання. Якщо на початку сезону таке насіння закуповували по 7,5 тис. грн/т, то на початку лютого його вартість підвищилася до 10 тис. грн. На це вплинув попит. Разом з тим, такі ціни не перевищують вартість іншого олійного насіння: соняшника і сої. Загалом цінова ситуація на внутрішньому ринку влаштовує виробників, тому що вирощування льону потребує менше вкладень на гектар і виніс поживних речовин менший. Вирощування льону обходиться у півтора раза дешевше виробництва соняшнику.

Баланс пропозиції і розподілу льону в Україні, тис. тонн, тис. га

Показник за сезон (порівняль-серія)	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15*	15/16*
Початкові запаси	2,1	3,7	5,3	1,8	2,3	3,9
Посіви площа	58,9	60,3	55,8	46,1	33,7	62,0
Збір площа	56,3	58,7	52,9	37,9	33,4	57,0
Врожайність, ц/га	8,3	8,7	7,8	6,7	12,3	9,4
Валовий збір ГРОД	46,8	51,1	41,4	25,4	40,8	53,6
Валовий збір ВПД	45,6	49,9	40,3	24,7	39,8	52,3
Імпорт	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Загальна пропозиція	47,8	53,8	45,7	26,6	42,3	56,2
Споживання, у т.ч.						
переробка на олію	7,4	11,0	10,1	10,2	8,1	9,6
Експорт	28,6	27,5	31,4	10,3	25,4	37,0
Загальний розподіл	44,1	48,5	43,9	24,3	38,4	53,8
Кінцеві запаси	3,7	5,3	1,8	2,3	3,9	2,7

http://agroportal.ua

Слайд 10

Таким чином, у поточному сезоні за ціни товарного насіння в середньому на рівні 8 тис. грн/т, загальних витрат при вирощуванні цієї культури у 6 тис. грн/га, враховуючи урожайність 15 ц/га, прибуток від господарювання становив 3 тис. грн/га, а рентабельність може сягати 50 %! [1]. Основні сорти вітчизняні: Айсберг, Південна ніч, Орфей – селекція Інституту олійних культур у Запоріжжі. Ризикнемо прогнозувати, що незабаром цей ринок очікує на суттєві зміни, оскільки на ринок насіння сортів льону 2016 р. зайшла потужна селекційна компанія зі своїм сортом льону олійного, яка 10 років тому почала експансію на ринку насіння соняшнику і за 6 років майже монополізувала.

У силу неорганізованості покупців буває виникає безпідставний ажіотажний попит на насіння льону, викликаний малою пропозицією та великим бажанням вийти на міжнародний ринок. Найчастіше це трапляється серед «новачків» або некваліфікованих операторів ринку.

Це спричиняє підйом ціни, яка стає неконкурентною, непрохідною на зовнішньому ринку. Дана проблема могла б бути попереджена та усунена галузевою асоціацією, якої, нажаль, досі немає.

Те, що зробило Україну номер один на світовому ринку олії соняшника, змусило виробників льону майже забути про зовнішні ринки — 10% мито на вивезення насіння льону з 1999 року ініціювалося асоціацією «Укроліяпром», в яку входять основні переробники олійних культур. А це призвело до зниження внутрішньої ціни реалізації та не дає можливості сільгоспвиробникам продати свій товар за сприятливими цінами, з урахуванням мита, транспортних та інших витрат робить український льон неконкурентоспроможним. Особливо на тлі стрімкого зростання виробництва льону в Канаді, Росії, Казахстані, де собівартість нижча, та вивізного мита немає [5]. Цінові ножиці, а саме падіння світової ціни на льон на 30%, роблять проблематичною присутність України на ринку льону.

2.2. Методи дослідження ринків збуту

Для українських торгових компаній, які активно вивчають ринкові позиції своєї фірми та фірм-конкурентів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, головною метою перш за все має бути комплексне маркетингове дослідження бізнесу в Україні, так і в головних країнах-конкурентах.



Слайд 11

Дослідження конкурентів є одним з головних компонентів дослідження ринку. Оцінка конкурентоспроможності підприємства характеризується здатністю успішно оперувати на конкретному ринку в певний момент шляхом реалізації конкурентоспроможного товару. Для цього використовуються дані, доступні в мережі інтернет як урядових, так і неурядових організацій, окремих фірм.

Іншим важливим моментом під час дослідження ринків збуту є використання інформації з баз даних, таких як митні, бази ТПП, міністерств економіки, торгівлі, сільського господарства, закордонних справ тощо.

Фірма, яка бажає стати повноцінним учасником міжнародного ринку, повинна подати свій образ, як повноправного представника України, продукцію якої вона експортує. Ні в кого не повинні виникати сумніви, що на міжнародний ринок поставляється якісна національна продукція. У формуванні такого образу може допомогти якісно наповнений і розроблений сайт фірми з інформацією про походження продукції, а також посиланнями на членство в асоціаціях. Отже при пошуку потенційних ринків збуту велику увагу слід приділяти вивченню сайтів асоціацій, окремих передових компаній (Північної Америки, частково Європи), потенційних конкуруючих фірм та покупців. Не слід забувати, що сайт компанії – це свого роду візитівка, яка демонструє готовність представляти своє підприємство на міжнародному ринку.



Слайд 12

Для зразку можна продемонструвати сайт фірми «Сяйво» з усіма необхідними посиланнями www.siaivo.com.

3. Якість продукції та перешкоди під час експортування товарного льону:

3.1. Вимоги до якості товарного льону та технічне регулювання при експорті до різних країн світу

Підвищення якості продукції покладено в основу діяльності всіх підприємств. Вона є чинником конкурентоспроможності. Наявність у підприємства міжнародної сертифікації якості є гарною рекомендацією на міжнародний ринок.

Основним завданням кожного підприємства є підвищення якості продукції й надання послуг, які повинні:

- відповідати чітко визначеним потребам;
- задовольняти вимоги споживачів;

- відповідати встановленим стандартам і технічним умовам;
- відповідати чинному законодавству країни та вимогам суспільства;
- пропонуватися споживачеві за конкурентоспроможними цінами;
- орієнтуватися на отримання прибутків.



Слайд 13

Товаросупровідна документація на насіння льону повинна включати:

- міжнародну накладну (CMR);
- посвідчення про якість;
- сертифікат походження;
- рахунок-фактуру (інвойс);
- фітосанітарний сертифікат.

Базисні норми якості

Назва показника	Норма	Метод контролювання
Вологість, %	8-10 %	Згідно з ДСТУ 4811, ДСТУ ISO 10565
Сміттєва домішка, %	не більше ніж 3%	Згідно з ГОСТ 10854
Оліїста домішка, %	не більше ніж 5%	Згідно з ГОСТ 10854
Олійність, %*	35%	Згідно з ДСТУ ISO 10565, ГОСТ 10857
Ураженість шкідниками	Не дозволено, крім ураженості кліщем не вище II ступеня	Згідно з ГОСТ 10853

* У сухій речовині

Слайд 14

Отже, за вимогами ДСТУ базисні норми, згідно з якими проводять розрахунок для насіння льону олійного, що постачають для промислового перероблення є наступними:

Вологість – 8-10% (згідно з ДСТУ 4811, ДСТУ ISO 10565)

Сміттєва домішка – не більше ніж 3% (згідно з ГОСТ 10854)

Оліїста домішка – не більше ніж 5% (згідно з ГОСТ 10854)

Олійність – 35% (згідно з ДСТУ ISO 10565, ГОСТ 10857; у сухій речовині)

Ураженість шкідниками – не дозволено, крім ураженості згідно з ГОСТ 10853 кліщем не вище II ступеня.

Насіння льону олійного, призначене для заготовляння та постачання, має бути незігріте, у здоровому стані, мати колір і запах, притаманні нормальному насінню (без затхлого, пліснявого та стороннього запахів).

Допустимі рівні токсичних елементів, мікотоксинів, пестицидів

Назва показника	Гранично допустимі рівні, мг/кг, не більше ніж	Метод контролювання
Токсичні елементи: свинець	1,0	Згідно з ГОСТ 26932, ГОСТ 30178
Мікотоксини:		
афлатоксин В1	0,005	Згідно з ДСТУ EN 12955, МР 2273, МУ 4082
зеараленон	1,0	Згідно з ГОСТ 28001, МР 2964
Т-2 токсин	0,1	Згідно з ГОСТ 28001, МУ 3184
дезоксиніваленон	1,0	Згідно з МУ 5177, МР 3940
Пестициди:		
ГХЦГ гама-ізомер	0,4	Згідно з ДСТУ EN 1528-1, ДСТУ ISO 14181, ГОСТ 13496.20
ДДТ	0,1	
гептахлор	0,1	

Слайд 15

Вміст пестицидів, токсичних елементів і мікотоксинів у насінні льону олійного не має перевищувати допустимих рівнів, установлених МБТиСН № 5061 та ДСанПіН 8.8.1.2.3.4-000, а саме:

Назва показника	Гранично допустимі рівні, мг/кг, не більше ніж	Метод контролювання
Токсичні елементи: свинець	1,0	Згідно з ГОСТ 26932, ГОСТ 30178
Мікотоксини:		
афлатоксин В1	0,005	Згідно з ДСТУ EN 12955, МР 2273, МУ 4082
зеараленон	1,0	Згідно з ГОСТ 28001, МР 2964
Т-2 токсин	0,1	Згідно з ГОСТ 28001, МУ 3184
дезоксиніваленон	1,0	Згідно з МУ 5177 [7], МР 3940
Пестициди:		
ГХЦГ гама-ізомер	0,4	Згідно з ДСТУ EN 1528-1, ДСТУ ISO 14181, ГОСТ 13496.20
ДДТ	0,1	
гептахлор	0,1	

Що стосується вимог, які висувають компанії-імпортери, то тут на першому місці є показники чистоти. Якщо раніше необхідна чистота насіння становила 97-98%, то зараз більшість європейських компаній вимагають чистоту 99,9%. Також в контрактах згадується вологість, яка повинна відповідати вимогам ДСТУ, відсутність ураженості сировини шкідниками і властивий здоровому насінню льону колір.

Не менш важливим є також бажання імпортерів отримувати не ГМО насіння льону, особливо після того, як було виявлено, що канадський льон генетично модифікований.

Отже, сучасна ринкова економіка висуває принципово нові вимоги до якості продукції. Вживання будь-якого підприємства, його стійке становище на ринку товарів і послуг визначають рівнем конкурентоспроможності, яка характеризується двома показниками - рівнем ціни і рівнем якості продукції, причому якість продукції стає чи не найголовнішим чинником у поведінці споживача, коли він вибирає товар.

3.2. Наявність імпорتنих мит та квотування

За думкою заступника міністра агрополітики Владислави Ругицької Україна може суттєво наростити обсяги експорту сільськогосподарської продукції в Європу, якщо наші фермери звернуть увагу на так звану нішеву продукцію. Серед найбільш перспективних вона називає, зокрема, льон. Цьому також може сприяти те, що з 2016 року ЄС скасовує ввізне мито на більшість українських товарів, в тому числі на насіння льону. Разом з тим, існують стримуючі фактори розвитку виробництва льону олійного. При експорті олійного насіння в Україну існує вивізне мито. На думку аналітиків, його скасування дало б можливість аграріям вигідно продавати його за світовими цінами.

Ввізне мито на насіння льону

Країна	Рівень мита
ЄС	0%
Сербія	1%
Єгипет	2%
Індія	30%
В'єтнам	10% для країн членів угоди ATIGA (ASEAN) - 0%, AKFTA (ASEAN-Korea) - 0%, AANZFTA (ASEAN-Australia-New Zealand) - 0%, APFTA (ASEAN-India) - 0%
Китай	30%
Південна Африканська Республіка	9,4%, в разі імпорту до ПАР окремими продукції з країни-члена ЄС або Співдружності розвитку Півдня Африки застосовується нульова ставка
Туреччина	0%
Республіка Молдова	0% у разі наявності в експортному акті сертифікату походження. За відсутності такого сертифікату митний збір становить 10% від митної вартості імпортованого товару

<http://www.dutycalculator.com>

Слайд 16

Оскільки насіння льону не є масовим товаром на міжнародному ринку і в основних країнах-споживачах його не виробляється в достатніх обсягах, то в цілому можна стверджувати про сприятливі тарифно-квотні умови для експорту насіння льону. Наприклад, ввізне мито на насіння льону олійного в Сербії становить 1%, в Індії – 30%, у В'єтнамі – 10%, в Китаї – 30%, в Єгипті – 2%, в Південній Африканській Республіці – 9,4%, в Туреччині – 0%, в Молдові – 0% тощо.

4. Перспективи внутрішнього виробництва товарного льону та його експорту

Хоча популярність льону в світі зростає, в Україні його ринок залишається нішовим (0,2% усіх посівів) і займає незначний сегмент ринку олійної сировини (0,8% посівів олійних). Це пов'язано з обмеженістю в Україні збуту як насіння льону, так і продуктів його

переробки. На внутрішньому ринку спостерігається відповідність попиту та пропозиції насіння олійного льону. На це впливає те, що олієжирові комбінати не займаються переробкою насіння льону. Для здійснення переробки такого насіння потрібно сформувати відповідні запаси сировини для забезпечення безперервної роботи технологічної лінії та виробництва олії в достатньому обсязі для формування товарної партії. Отже серед особливостей внутрішнього ринку можна відзначити нижчий рівень конкуренції, а також сезонність виробництва. Зазвичай переробники не висувають особливих умов виробникам, бо є дефіцит пропозиції через потужний експорт. Тобто на внутрішньому ринку має місце конкуренція між переробниками й експортерами.

І хоча якраз експортування насіння льону є перспективним, він призупинив свій розвиток. Однією з причин цього є наявність державного регулювання, яке не стимулює збільшення виробництва олійного насіння.

Експерти вважають, що зростання українського експорту насіння льону та його вирощування суттєво гальмує мито в 10%. Вивізне мито на льон зменшує внутрішню ціну реалізації і не дає можливості сільгоспвиробникам продати товар за вигідними цінами. Для експортера лляне насіння стає нерентабельним, бо мито й невідшкодування експортерам ПДВ робить його неконкурентним на світовому ринку.

Українські експортери впевнені, що після скасування мита зросте попит, а відтак і пропозиція. Тоді буде можливість збільшити агровиробництво, завантажити переробні потужності та нарощувати експорт. Нині Україні вкрай важливо зберегти статус експортера, оскільки багато країн-імпортерів зорієнтовані саме на закупівлю сировини.

У нас під боком величезний європейський ринок збуту льону, а перед ведуть Канада і Росія з Казахстаном. В Україні є величезна перевага – можливість поставляти невеликі партії. Адже з Канади потрібно замовляти ціле судно, що за браку оборотних коштів (актуальна для Європи проблема) робить нас привабливим партнером. Це вирішує і проблему зберігання сировини. Тож Україна має не тільки перспективи, а й переваги, тому може відвоювати значну частину ринку Європи [6].



Слайд 17



Слайд 18

Проте, необхідно визнати, що розширення ринку льону в Україні гальмується не лише дією вивізного мита, а й деструктуризацією суб'єктів ринку та відсутністю державних програм, спрямованих на підтримку й розвиток галузі. У цьому питанні надзвичайно корисним може бути досвід Канади – всесвітнього лідера з виробництва та експорту льону.

Загалом варто відзначити зусилля Міністерства сільського господарства та харчової промисловості Канади стосовно зменшення бюрократичних перешкод у діяльності фермерів. Як наслідок, вони можуть зосередитися на тому, що приносить найбільшу користь: підтримувати економічне зростання країни шляхом створення робочих місць та виробляти для населення безпечні й здорові продукти харчування. Звичайно, що в Канаді не може бути й мови про встановлення перешкод на шляху до світових ринків будь-якої аграрної продукції.

Канадський ринок льону та інших нішевих культур також може стати взірцем для наслідування у розумінні своєї організованості та наявності ряду організацій, що налічують тисячі членів. Численні представники різних секторів певної галузі (виробники, переробники, трейдери, товаровиробники, маркетингові агентства, приватні і державні дослідники) згуртовані в об'єднання. Деякі з них функціонують на загальнодержавному рівні, інші – провінційному. Свої об'єднання мають зокрема виробники льону.



Слайд 19

Для прикладу розглянемо об'єднання льонарів провінції Саскачеван, де виробляється 83% канадського льону (рис. 3). Воно називається «Саскачеванська комісія з розвитку

льонової галузі» і налічує 7500 виробників. У більшості це фермери, що обробляють помірні посівні площі (наприклад, члени ради директорів цієї асоціації володіють угіддями від 890 до 1900 га).

У зв'язку з успіхами Канади на всесвітньому ринку льону та інших культур, хотілося б наголосити на доцільності використання досвіду цієї країни у роботі українських аграріїв, переробників та експортерів. Створення асоціацій, подібних до канадських, урядові програми, спрямовані на популяризацію продукції та підтримку виробників, систематична дослідницька й аналітична робота задля поліпшення якості продукції та прогнозування ринку в сукупності з відміною вивізного мита могли б створити передумови для потужного виходу на міжнародну арену такого українського товару як насіння льону.

5. Висновки

На даний час Україна перебуває лише на початковій стадії економічного розвитку з низьким рівнем суспільного виробництва, а проблема її економічного розвитку полягає, в основному, у відсутності цілеспрямованої довгострокової стратегії, яка б базувалася на виваженій концепції захисту, становлення та розвитку вітчизняного ринку товарів, в тому числі насіння льону. Обнадійливий план реформ «3+5» в аграрній галузі запропонував Міністр аграрної політики та продовольства України Тарас Кутовий. Мова йде про три пріоритети і п'ять напрямків, серед яких «Органічне землеробство та нішеві культури».

Незважаючи на досить широкий спектр застосування льону і продуктів його переробки, він займає невелику частку в сегменті внутрішнього ринку олійної сировини: він є і буде експортною культурою.



Слайд 20

До ринкових факторів, які стримують нарощування експорту, відносяться:

- Не прогнозованість і відсутність стратегії розвитку внутрішнього ринку льону.
- Відсутність асоціації, що має лобювати вузькі інтереси суб'єктів ринку у ланцюгу «власник сорту / оригінатор» – виробник насіння – виробник товарного насіння – експортер.

Тут важливо звернути увагу на досвід відродження виробництва конопель, або горіхову асоціацію.

- Відсутність дієвої державної програми у сфері сільськогосподарського виробництва (велика проблема!). Діяльність підприємств направлена тільки на отримання прибутку, в переважаючий більшості не береться до уваги зниження родючості землі від дії соняшнику. Тим паче, що наразі нарощування льону поширюється по території України на всі зони вирощування.

- Висока собівартість льону через виробничі фактори:

а) низький рівень урожайності – 7-12 ц/га;

б) висока норма висіву рослин на 1 га – 35-45 кг (у порівнянні з іншими олійними);

в) нестабільність виробних показників, що відображується в коливанні посівних площ і на обсягах їх валового збору культури;

г) відсутність інтегрованих підприємств, кластерів, асоціацій – замкнутих циклів з виробництва та експорту льону.

Традиційними ринками збуту насіння льону є країни Європи, а також Азії, і меншою мірою Африканського континенту. І хоча експортування насіння льону є перспективним у світлі зростання його популярності в світі, в Україні і вирощування, і експорт призупинили свій розвиток. Однією з причин цього є наявність державного регулювання, яке не стимулює збільшення виробництва олійного насіння.

Серед вимог, які висувають компанії-імпортери до насіння льону, на першому місці є показники чистоти. Чистота 97-98% задовольняє покупців, які зорієнтовані на промислову переробку, а ті імпортери, які використовують льон у харчуванні, бажають отримувати насіння льону з чистотою 99,9%. Не менш важливим є також регулювання вмісту пестицидів, токсичних елементів і мікотоксинів у насінні льону, а також відсутність ГМ показників.

Зростання українського експорту насіння льону та його вирощування суттєво гальмує вивізне мито в 10%. Вивізне мито на льон зменшує внутрішню ціну реалізації і не дає можливості сільгоспвиробникам продати товар за конкурентними цінами. Для експортера лляне насіння стає нерентабельним, бо мито й невідшкодування експортерам ПДВ робить його неконкурентним на світовому ринку.

Проте необхідно визнати, що розширення ринку льону в Україні гальмується не лише дією вивізного мита, а й деструктуризацією суб'єктів ринку та відсутністю державних програм, спрямованих на підтримку й розвиток галузі. У цьому питанні надзвичайно корисним може бути досвід Канади – всесвітнього лідера з виробництва та експорту льону.

Створення асоціацій, подібних до канадських, урядові програми, спрямовані на популяризацію льону та підтримку виробників, систематична дослідницька й аналітична робота задля поліпшення якості та прогнозування ринку в сукупності з відміною вивізного

мита могли б створити передумови для потужного виходу на міжнародну арену такого українського товару як насіння льону.

І наостанок, як людина, що починає свій день з ложки насіння льону і є прихильником лляної олії, вважаю, що льон має великі перспективи. Тому на часі є прийняття в нашій державі Національної програми здорового харчування, включно з льоном.



Слайд 21

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Привабливість олійного льону // О. Маслак – Агробізнес сьогодні, лютий 2015. – №4 (299). – С. 10.
2. Експортний тренд – нішеві культури // Ю. Кернасюк – Агробізнес сьогодні, лютий 2015. – №4 (299). – С. 32.
3. Дехто в Україні не хоче вільної торгівлі з ЄС. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://siaivo.com/ua/novini/statti-ta-publikacii/dehto-v-ukraini/>
4. Товарний експорт України до ЄС зменшився на 39,8% – Аграрний бюлетень, лютий 2016. – №9 (82). – С. 8.
5. Як за рік вийти на Європейський ринок: Аграрне інформаційне агентство Agravery. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/ak-za-rik-vijti-na-evropejskij-rinok>
6. Льон для розумних і лінивих // Н. Пахайчук – Аграрний тиждень. Україна, лютий 2013. – №1 (14). – С. 40.
7. Найбільш корисний // Ю. Носенко – Агробізнес сьогодні, лютий 2015. – №4 (299). – С. 50.
8. Flax industry – New vision [Електронний ресурс] // Flax council of Canada <http://flaxcouncil.ca/wp-content/uploads/2016/05/Flax-Industry-Strategic-Vision-4.22.16.pdf>