

УДК 338.439

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ЕКСПОРТУ ДО США ТА КАНАДИ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ З УКРАЇНИ

кандидат економічних наук, Мельничук Л. С., Латковська О. С.,
Крисенко О. О.

Чорноморський національний університет імені Петра Могили,
Україна, Миколаїв

Проаналізовано перспективи експорту українських виробників до США та Канади на прикладі продуктів харчування. Виявлено основні вимоги та перешкоди щодо виходу національних компаній на міжнародні ринки. Акцентовано увагу на специфічних особливостях країн, які слід враховувати експортерам для отримання доступу на їх ринки. Визначено послідовність дій для підприємств у процесі виходу на ринки збуту США та Канади. Проаналізовано можливості участі української компанії у державних закупівлях США.

Ключові слова: експорт, українські підприємства, державні закупівлі, продукти харчування, вимоги.

Кандидат экономических наук, Мельничук Л. С., Латковская Е. С., Крысенко О. А. Ключевые аспекты экспорта в США и Канаду продуктов питания с Украины / Черноморский национальный университет имени Петра Могили, Украина, Николаев

Проанализированы перспективы экспорта украинских производителей в США и Канаду на примере продуктов питания. Выявлены основные требования и барьеры относительно выхода национальных компаний на международные рынки. Акцентировано внимание на специфических особенностях стран, которые следует учитывать экспортерам для получения доступа на их рынки. Определена последовательность действий для предприятий в процессе выхода на рынки сбыта США и Канады. Проанализированы возможности участия украинской компании в государственных закупках США.

Ключевые слова: экспорт, украинские предприятия, государственные закупки, продукты питания, требования.

PhD in Economical Sciences, Melnychuk L. S., Latkovska O. S., Krysenko O. A. The key export aspects of food products from Ukraine to the USA and Canada / Black Sea National University named Petro Mohyla, Ukraine, Mykolaiv.

The export prospects of Ukrainian producers to the USA and Canada on the example of food products are analyzed. The main requirements and barriers regarding the entry of national companies into international markets are revealed. Attention is focused on the specific features of countries that exporters should take into account in order to gain access to

their markets. A sequence of actions for enterprises in the process of entering the markets of the USA and Canada was determined. Possibilities of participation of the Ukrainian company in the state purchases of the USA are analyzed.

Key words: export, Ukrainian enterprises, government purchases, food products, requirements.

Вступ. Приєднання України до Угоди про державні закупівлі СОТ у травні 2016 р (The Agreement on Government Procurement (GPA) [1] та дія з 1 серпня 2017 р Угоди про вільну торгівлю України з Канадою [2], надало можливостей доступу вітчизняним підприємствам розширити обсяги експорту через вихід на ринки цих країн. Особливо цікавими є можливості для виробників органічної продукції, оскільки ринки цієї продукції в США та Канаді показують стрімке зростання за останні роки. Найбільш запитувані товари – свіжі овочі та фрукти. Обсяги канадського та американського органічного імпорту постійно збільшуються, тому що споживачі готові платити за органічні продукти дорожче. Націнка може сягати 90-300%. Найвищу маржу можна отримати на органічних соках та йогуртах. Важливо, що американський органічний сертифікат діє і в Канаді також.

Однак, скористатися новими можливостями зможуть лише ті підприємства, які здатні швидко реагувати, оцінювати майбутні переваги, приймати рішення та мобілізувати необхідні ресурси. Важливо правильно встановити послідовність дій, щоб не витратити час і ресурси на здійснення непотрібних заходів чи проведення аналізу не тих показників тощо.

В економічній літературі питання стратегічного управління збутом на основі комплексного, системного, ситуаційного і програмно-цільового підходів розглядаються у працях таких відомих вчених, як Балабанова Л. В., Горлачук В. В., Маркіна І. А., Сліпенький В. В., Холод В. В. Використанню маркетингового підходу приділяють увагу Ассель Г., Белявцев М. І., Еткінсон Дж., Куденко Н. В., Шубін О. О., Шульгіна Л. М. Однак питанням стратегічного управління збутом вітчизняних підприємств-виробників з метою розширення міжнародних ринків збуту, розширення кола споживачів, посилення конкурентних переваг у сфері збуту продуктів харчування в останні роки приділялося дуже мало уваги. Протягом тривалого часу багато міжнародних ринків були практично закриті для українських виробників харчової галузі, тому дослідження такого роду не проводились.

Метою статті є розробка рекомендацій для вітчизняних підприємств-виробників щодо використання можливостей збуту їх продукції на ринках США та Канади.

Виклад основного матеріалу. Статистичні дані щодо товарообігу між Україною та США свідчать про те, що українські виробники вже активізувалися у напрямку співпраці з США. Так, за даними Державної служби статистики України, за січень – серпень 2017 року обсяг експортних поставок товарів з України до США склав 552,3 млн. дол. (зростання на 200% порівняно з аналогічним періодом 2016 року). Обсяг експорту з України до Канади за 1 півріччя 2017 року склав 22,7 млн.дол.США (зростання на 76,3% порівняно з аналогічним періодом 2016 року). [3] Зауважимо, що це зростання експорту до Канади відбулося до введення в дію Угоди про вільну торгівлю, а це означає, що за наступне півріччя слід очікувати значно більших показників експорту.

Щорічно Канада витрачає близько 15 млрд канадських доларів на закупівлі. Ринок державних закупівель Сполучених Штатів за окремими оцінками складає 300 млрд. дол. на рік (180 млрд. дол. на федеральному рівні та 120 млрд. дол. на рівні штатів). [4]

Доступ до державних закупівель в США в рамках дії Угоди про державні закупівлі СОТ можливий на двох рівнях: федеральному та регіональному.

На федеральному рівні відбуваються закупівлі товарів та послуг для потреб федеральних органів влади, за винятком: поштових послуг та пасажирських залізничних перевезень, окремих товарів для потреб Міністерства оборони США). Відсоток закупівель для потреб Міноборони складає 65-80% від загального обсягу щорічних федеральних закупівель США, які покриває дія Угоди про державні закупівлі СОТ. З метою отримання можливості участі в державних закупівлях США потенційний постачальник повинен зареєструватися в Системі управління підрядами. Реєстрація та доступ до системи є безкоштовними. Загальна інформація про федеральні закупівлі вартістю понад 25 тис. дол., порядок обов'язкової (безкоштовної) реєстрації, оголошення про закупівлі, повідомлення про присудження контракту, роз'яснення та відповіді на питання потенційних учасників тендерів тощо розміщуються на федеральному порталі [5]. Портал також містить окремий розділ з відеоматеріалами та покроковими інструкціями для потенційних учасників державних закупівель.

На регіональному рівні закуповуються ті ж товари та послуги, що й на федеральному рівні для потреб регіональних органів влади в 37 штатах та деяких установ федерального значення (наприклад, портові управління Нью-Йорку та Нью-Джерсі), за винятком окремих транспортних проектів). Кожен з штатів розміщує інформацію щодо потреб в закупівлях на офіційних веб-ресурсах (зведена інформація розміщена на сайті Офісу торговельного представника США: [6];

Крім цього, участь у державних закупівлях в США вітчизняних виробників також можлива через механізм субпідрядника (таку

можливість надає Управління служб загального призначення США (U.S. General Services Administration [7]), разом з чіткими роз'ясненнями функціонування такого механізму.

З метою надання сприяння та ознайомлення вітчизняного бізнесу з новими можливостями, було створено Офіс GPA [8], який підтримує та консультує українських експортерів з питань участі в публічних закупівлях країн GPA та імпортерів з країн - учасниць GPA щодо їх участі в публічних закупівлях в Україні. Також в Україні з 2016 року діє Канадсько-Український проект з підтримки торгівлі та інвестицій CUTIS для допомоги українському малому та середньому бізнесу виходити на канадський ринок. [9] Це проект технічної допомоги, який фінансується урядом Канади.

Розглянемо детальніше механізми та процедури участі підприємств у державних закупівлях США та Канади.

Потенційний експортер продукції до США має виконати наступні основні вимоги:

1) обов'язкову реєстрацію підприємства на сайті FDA;

2) пошук агента на території США, який буде виконувати функції контакт-пункту на території США, а також ряд інших функцій, передбачених законодавством США.

3) розробити Належну виробничу практику, яка буде являти собою комплекс санітарних і виробничих норм, обов'язкових для даного виробника.

Під час реєстрації підприємства в системі FDA окремим етапом є підтвердження виробником продуктів харчування дотримання у процесі виробництва, транспортування й зберігання Належної виробничої практики (Current Good Manufacturing Practice for foods).

Підтвердження під час реєстрації відповідності правилам Належної виробничої практики накладає на виробника відповідальність (включно до кримінальної) у випадку виявлення FDA в процесі подальших можливих заходів перевірки фактів недотримання Практики. На стадії реєстрації заходи перевірки не проводяться, підтвердження відповідності здійснюється шляхом самодекларування.

4) здійснити належне маркування продукції, що містить:

- найменування продукту (з урахуванням обмежень за номенклатурою продукції);

- назву, адресу й телефон виробника та/чи дистриб'ютора продукту;

- перелік інгредієнтів продукції (в порядку спадання їх частки);

- вагу (в метричній та англійській системі виміру);

- інформацію про харчову цінність продукту;

- інформацію про країну походження продукції;

- інформацію про можливі алергічні реакції;

Деталізована інформація з питань маркування міститься у Практичному керівництві [10], що підготувало FDA.

Кожне підприємство, що має інноваційний потенціал і прагне прискорити свій розвиток, при розгляді можливостей виходу на нові ринки має починати з аналізу власної продукції – її асортименту, якості, наявних і перспективних обсягів виробництва та реалізації тощо.

Для прикладу ми проаналізували експортні можливості компанії «Чумак» для участі у державних закупівлях США з огляду на наявні обсяги виробництва та реалізації за кожним видом продукції, що вже експортується до Америки за 2016 рік та за I півріччя 2017 р.

Проведений аналіз наведених даних на сайті компанії за 2016 рік [11], а також моніторинг наявного асортименту продукції у супермаркетах м. Києва та м. Миколаєва дозволяє зробити висновок, що на цей час ПАТ «Чумак» динамічно розвивається та нарощує обсяги виробництва. Компанія є однією з провідних за позиціями «кетчуп» та «майонез» на ринку України, але монопольного становища, очевидно, не займає (наведені обсяги виробництва не є достатньо великими та асортимент продукції не повністю представлений у супермаркетах).

Майже половину (45%) готової продукції компанії складають вироби з томатної сировини - кетчупи і томатний сік. Враховуючи те, що Америка на цей час залишається світовим лідером з виробництва томатів (№2 в світі та після Китаю, раніше була №1), вважаємо високо ймовірним захист національного виробника томатної продукції, а потребу в імпорті цієї продукції - низькою. Крім того, сировину для виготовлення кетчупів і томатного соку компанія «Чумак» закуповує у монополіста українського ринку, що означає низькі можливості впливу на ціну сировини. Відповідно, можливості експорту томатної продукції «Чумак» до Америки через держзакупівлі оцінюємо як незначні.

Вагому частку (24%) у випуску продукції ПАТ «Чумак» займає майонез. Він є продуктом, що цікавить США і там не виробляється, а також забезпечує високу маржу. Тому, за умов збільшення обсягів виробництва, цей продукт має високі експортні шанси через держзакупівлі.

Позиція «Овочі консервовані без оцту» (займає 14% від обсягу виробництва «Чумак») представлена у супермаркетах Америки українським виробником «Ніжин», а також компанією «Чумак». Відгуки по продукції неоднозначні: є зауваження щодо смакових якостей, а також щодо високої ціни. Основні споживачі — колишні мешканці України, РФ та Білорусі, що не є переважною часткою населення. З урахуванням зростання популярності органічної продукції (+5% ринку щорічно), переважно свіжих овочів та фруктів, очевидно, попит на консервовану продукцію спадатиме. Однак, оскільки консервована

продукція має порівняно довгий термін зберігання, вона може бути цікавою для держзакупівель, напр., для потреб армії чи в'язниць. Отже, дана позиція, на нашу думку, має середні експортні шанси і лише за умов збільшення обсягу виробництва.

Макаронні вироби ПАТ «Чумак» мають частку 16% від обсягу виробництва компанії і представлені у різних найменуваннях: лапша, спагеті, ракушки, пера, метелики, павутинка, спіральки, вермішель. Вважаємо, що з цих виробів мають певні експортні можливості «спагеті», оскільки вони є предметом масового споживання та їх назва англійською широко відома, однак через брак даних про маржу за даним видом продукції, нам важко оцінити точніше. Також тут треба взяти до уваги конкуренцію з боку італійських виробників.

Оскільки олія соняшникова і соуси не представлені зовсім у таблиці обсягів виробництва основних видів продукції на сайті компанії, можна зробити висновок, що їх частка поки що незначна. Позиція «Олія соняшникова» не має попиту в США, виготовляється не на власних потужностях ПАТ «Чумак», тому має низьку маржу і для експорту не розглядається. Позиція «Соуси» потребує більш детальної інформації від компанії для вивчення можливостей експорту.

Після такого попереднього аналізу, необхідно розглянути фінансові показники за відібраними позиціями продукції, а саме: собівартість (включаючи транспортні витрати), прибутковість, рентабельність, можливі розміри маржі на одиницю продукції тощо.

Наступним етапом аналізу можливостей виходу на новий ринок збуту буде детальне вивчення вимог щодо сертифікації продукції та виробництва. Слід розглянути наявні сертифікати підприємства, співставити їх з необхідними і визначитися з необхідністю підготовки того чи іншого сертифікату. Підготовка сертифікату на продукт може займати багато часу (від 1 місяця до 3-х) в залежності від необхідності проведення вузькоспеціалізованих аналізів: наприклад, є спеціальні аналізи з мікробіології, які в Україні не проводяться через відсутність необхідного обладнання.

Також потрібно дізнатися та враховувати такі специфічні аспекти як особливості ведення бізнесу та бізнес-культури країни, Наприклад, канадці дуже консервативні, як правило, бажають контактувати з однією певною особою, повільно вибудовують стосунки й комунікації. Існують певні стандарти та процедури розгляду пропозицій, яких чітко дотримуються компанії: так, зустрічі відбуваються за попередніми домовленостями, за наявності інформації та презентації компанії.

Висновки. Привабливість експорту продукції до США та Канади полягає у декількох основних аспектах: велика ємність цих ринків, потужна діаспора споживачів української продукції, великий обсяг

платоспроможного попиту. Процес виходу на зарубіжні ринки США та Канади займає багато часу, зусиль і коштів, але й винагорода у кінцевому підсумку буде чималою. Успішність проходження всіх етапів процесу виходу на міжнародні ринки такого рівня залежить, насамперед, від правильного визначення послідовності дій, своєчасного та якісного виконання встановлених вимог та гнучкості і спритності компанії за необхідності термінового прийняття рішень чи швидкої мобілізації потрібних ресурсів. Значне зростання експорту з України до США та Канади свідчить про існуючий платоспроможний попит, зацікавленість в українській продукції та, головне, про наявний потенціал українських виробників та їх бажання і вміння знаходити потрібні контакти та виходити на нові потужні ринки збуту.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на моніторинг структури та обсягів експорту до США і Канади за такими показниками, як частка експорту малих, середніх, великих підприємств; динаміка галузевої структури експорту; канали розподілу експортної продукції; зміни в структурі споживання в країнах-імпортерах тощо.

Література:

1. Угода про державні закупівлі COT 2016 р (The Agreement on Government Procurement (GPA) – [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://www.wto.org/english/tratop_e/gproc_e/memobs_e.htm
2. Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою – [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/en/124_052-16
3. Офіційний сайт Державної Служби статистики України.- [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Торговельно-економічне співробітництво між Україною та Канадою - [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://canada.mfa.gov.ua/ua/ukraine-%D1%81%D0%B0/trade>
5. Федеральний портал США (U.S. Federal Business Opportunities) [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.fbo.gov/>
6. Офіс торговельного представника США [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://ustr.gov/issue-areas/government-procurement/additional-information-on-US-Procurement#Subcentral>
7. Управління служб загального призначення США (U.S. General Services Administration) [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.gsa.gov/portal/category/108219>
8. Офіс GPA [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://epo.org.ua/>
9. Канадсько-Український проект з підтримки торгівлі та інвестицій CUTIS - [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://cutisproject.org/ua/>

10. U.S. Food & Drug Administration [Електронний ресурс].- Режим доступу:

www.fda.gov/downloads/Food/GuidanceComplianceRegulatoryinformation/GuidanceDocuments

11. Офіційний сайт компанії «Чумак» - [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://ua.chumak.com/>

References:

1. The Agreement on Government Procurement (2016) – [Електронний ресурс].-

Access: https://www.wto.org/english/tratop_e/gproc_e/memobs_e.htm

2. Ugoda pro vilnu trgovlu mizh Ukrainoyu ta Kanadoyu (2017) [Електронний ресурс].- Access:

http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/en/124_052-16

3. Official cite of Government Department of Statistics - [Електронний ресурс].- Access: <http://www.ukrstat.gov.ua>

4. Torgovelnо-ekonomichne spivrobitnytstvo mizh Ukrainoyu ta Kanadoyu (2017) [Електронний ресурс].- Access: <http://canada.mfa.gov.ua/ua/ukraine-%D1%81%D0%B0/trade>

5. U.S. Federal Business Opportunities - [Електронний ресурс].- Access: <http://www.fbo.gov/>

6. Ofis torgovelnogo predstavnyka SShA - [Електронний ресурс].- Access: <https://ustr.gov/issue-areas/government-procurement/additional-information-on-US-Procurement#Subcentral>

7. U.S. General Services Administration [Електронний ресурс].- Access: <http://www.gsa.gov/portal/category/108219>

8. Office GPA [Електронний ресурс].- Access: <https://epo.org.ua/>

9. Kanadsko-Ukrainskiy project z pidtrymky trgovli ta investytsiy CUTIS (2016) - [Електронний ресурс].- Access: <https://cutisproject.org/ua/>

10. U.S. Food & Drug Administration - [Електронний ресурс].- Access: www.fda.gov/downloads/Food/GuidanceComplianceRegulatoryinformation/GuidanceDocuments

11. Ofitsiyniy sayt kompanii «Chumak» - [Електронний ресурс].- Access: <http://ua.chumak.com/>