

«Шувар» змінює свідомість і виробника, і покупця

Лариса МАРЧУК
(Львів)

58

Є у Львові унікальний за своєю авангардною суттю ринок, що став однією з ознак європейськості сучасного міста. Це перший в Україні і наймасштабніший у Західному регіоні гуртовий ринок сільськогосподарської продукції «Шувар». Він став брамою до Європи, на його території у 20 гектарів розкинулися термінали, сховища, павільйони, де зберігається, обробляється та продається сільськогосподарська продукція, яку завозять з полів і ферм Львівщини й інших областей України. Саме тут відбулася конференція «Ринки плодоовочевої продукції Європи та України. Перспективи та виклики», котра зібрала виробників сільськогосподарської продукції.

Місто в місті

Історично склалося, що саме ринки в давнину народжували й розвивали міста. Зберігся опис мандрівника Мартіна Груневега ринку середньовічного Львова: «Уся худоба, яку женуть з Поділля і Молдавії до Італії, проходить через це місто. Я об'їздив пів-Європи, побував у найславніших містах світу, але в жодному не бачив стільки хліба. Тут величезна кількість пива й меду, не тільки місцевого, а й привезеного... Місто віддалене на багато миль від моря, але коли бачиш, як на Ринку при бочках малмазії вирує натовп критян, турків, греків, італійців, зодягнених покорабельному, видається, наче тут порт, відразу за брамами міста».

Ця модель ринку не зникла, однак у третьому тисячолітті вона змі-



нилася за формою й суттю, бо перед високорозвиненим суспільством постали нові цілі.

Основний товаровиробник – малі й середні селянські господарства, які не мають можливостей подбати про збереження вирощених плодів, бо це спричиняє великі економічні витрати. Тож наданням овочесховищ, забезпеченням електроенергією, водою, підготовкою продукції до продажу займається ринок «Шувар». За останні п'ять років тут споруджено чимало будівельних об'єктів, але всі вони без співпраці з селянами-виробниками нічого не варті, вважає засновник. Без цих зв'язків, котрі постійно перебувають у динаміці, неможливий розвиток вітчизняного ринку й вихід української продукції на ринок європейський, переконаний засновник групи компаній «Шувар» Роман Фецишин (на знімку).

Брама до Європи

За підтримки проекту Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) «Агроінвест» тут організовано навчання для виробників малих і середніх селянських господарств. Співпраця цих структур протягом чотирьох років дала свої плоди для окремих фермерських господарств,

кооперативних об'єднань: навчання-тренінги, видання посібників, випуск агрогазети, надання малих грантів. А власне конференція «Ринки плодоовочевої продукції Європи та України. Перспективи та виклики» збрала і організаторів проекту, і виробників сільськогосподарської продукції з

восьми областей України – Вінницької, Рівненської, Запорізької, Тернопільської, Чернівецької, Херсонської, Одеської і Львівської.

Масштаби побаченого і почутого настільки вразили учасників, що фермер з Рівненщини виступив з пропозицією господарям відкрити свої фі-





ліали в інших областях України. Однак фахівці відповіли: заасфальтувати майданчик для ринку – просто, а для напрацювання мережі контактів із товаровиробниками сільськогосподарської продукції потрібен час і механізми для них, щоб, скажімо, як хер-

сонські виробники плодоовочевої продукції, котрі мають десятилітній досвід співпраці зі львівськими колегами, відкрити для себе браму до Європи. Цьогоріч через цей гуртовий осередок вони реалізували десятки тисяч тонн кавунів та динь.

Громади стрімко розвиваються й потребують швидкої відмови від стереотипів ведення господарства на селі, які, на жаль, стали великим гальмом для змін у свідомості людей. За старими методами працювати вже не можна, тому основне завдання – формувати нове ставлення селянства до своєї праці, до виробленого продукту. На зміни у свідомості виробника впливати різними способами: насамперед через нову організацію роботи на ринку для своїх клієнтів, де є можливість обміну досвідом, надання консультацій для самовдосконалення, отримання свіжої ринкової інформації щодо цін, попиту, технологій. Таке спілкування спрямоване на професійне зростання виробника сільськогосподарської продукції. На цьому наголошували директор місії Агентства США з міжнародного розвитку в Україні Джед Бартон та керівники іноземних проектів USAID Ерік Блайх («Агроінвест») та Річард Розвадовський («АгроЛьвів»).

59

Рік розвитку сімейних фермерських господарств

Так 2014 рік назвала Організація Об'єднаних Націй. Представники департаментів аграрної політики державних структур різних рангів під час конференції підкреслили, що малі й середні виробники сільськогосподарської продукції постачають 95 відсотків усього обсягу врожаю плодів та овочів на внутрішній ринок. Однак ці селяни не мають жодного юридичного статусу. Тому основне завдання полягає в тому, щоб організаційно сприяти об'єднанню виробників продукції на зразок європейських для спіль-

ної роботи, а також прогнозувати та планувати виробництво, асортимент продукції, її обсяги, ринки збуту.

Як приклад, розповіли про 110 дрібних селянських господарств у Херсонській області, які об'єдналися кооператив, де пройшли навчання і кожний спромігся дотриматися стандарту – виростити такі гарні огірки, наче близнюки – один в один. І жодних проблем зі збутом своїх зеленіць-корнішонів селяни не мали.

Особисті селянські господарства в Україні не мають державного й соціального захисту. Вони не мають до-

ступу до організованого ринку збуту, бо не можуть вирішити внутрішні завдання, які диктують правила зовнішнього ринку. Обговорюючи цю проблему, учасники конференції були найактивнішими. Бо це їм болить. Тому аграрії висловили сподівання, що слідкуватимуть, аналізуватимуть і візьмуть під свій контроль ті пропозиції, які найближчим часом готуються внести до Закону України «Про фермерське господарство», де окремим селянським господарствам нададуть особливого статусу.

Джип для захисників

Джип із теплим одягом та продуктами – така підмога на фронт вирушила з ринку «Шувар».

Ринок придбав для бійців позашляховик, а підприємці ще й вирішили запакувати його термобілизною, шарпетками, рукавицями й, звісно, харчами.

За своїм подарунком на «Шувар» бійці приїхали щойно зі Сходу. Окрім медикаментів, кажуть волонтери, на фронті постійно потрібна техніка. Безпосередньо з ринку на Сході воює чимало бійців. Тому звідси фронт підтримують, як тільки можуть: на додачу до джипа підприємці запаковують найнеобхідніше. Просто з ринку автівки вирушили на фронт.

– Ми постійно спілкуємося з волонтерами й допомагаємо бійцям у зоні АТО. На передовій потрібні професіонали, добре оснащені й забезпечені хорошою платнею. Нині триває становлення такої української армії, – сказав директор ринку Роман Федішин.

