



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

**Ukraine AgrolInvest**

# **Strategy for Implementing Agriculture Producer Organizations' Capacity Building Programs**

**Project Component 3 Task A**

**Contract # AID-121-C-1100001**

**September 2011**

This document has been prepared by Chemonics International Inc. for review by the United States Agency for International Development

# **Strategy for Implementing Agriculture Producer Organizations' Capacity Building Programs**

**Project Component 3 Task A**

**Contract # AID-121-C-1100001**

The author's position may not coincide with that of the US Agency for International Development or US Government.

## Table of Contents

Abbreviations .....	2
Executive Summary .....	3
Definition of a "Producer Organization" .....	4
Strategy Goal .....	5
Strategy Implementation .....	5
Target Regions .....	7
Implementation Plan .....	8
Organizing and Monitoring the Implementation Process.....	10

## Abbreviations

IFC	International Finance Corporation
IH	Individual homesteads
MAPF	Ministry of Agrarian Policy and Food
PO	Producers Organizations
SMP	Small and medium-sized producers of agriculture produce
USA	United States of America
WMAP	Wholesale Markets of Agricultural Products
WTO	World Trade Organization

## Executive Summary

More than 70 percent of labor-intensive agricultural products that are consumed by the population in large quantities on a daily basis – potato, fruit, vegetable, milk, and meat – are produced by individual homesteads (4,700,000 IH) and farms (42,400 farms). Many can be classified as subsistence units, farming on land plots less than a hectare and producing primarily for their own needs. Others, producing on larger land plots from one to five hectares or growing fresh vegetables under covered surfaces of at least 2,000 m<sup>2</sup> are marginally commercial but need access to credit and formal product market facilities to develop long-term financial viability. A recent study of small-grower fresh produce marketing in Lviv indicated that on average, village level growers consume 22% of total vegetables produced, sell 28%, but lose 50% because of wastage caused by poor postharvest handling technologies. By reducing wastage, it was estimated that each 1% increase in marketable product sales could add some 11 UAH million to village incomes. In addition to producers with limited land under cultivation, the AgroInvest target population includes SMP growers of fresh fruits and vegetables, field crops including grains and oilseeds, milk and livestock with annual gross sales of \$500,000 or less. The larger-scale growers face product quality and market access problems similar to those faced by smaller growers but on a larger scale.

To address fresh fruit and vegetable grower product quality constraints caused by poor harvest and postharvest techniques, and improving incomes by increasing marketable sales - the GOU is implementing a national program to construct a network of “Wholesale Markets of Agricultural Products” (WMAF) that includes construction of storage and produce packing facilities in production areas and at the new regional wholesale markets. The role of this program in expanding market access of small-scale fresh produce growers is addressed in the Component 3.2 Market Infrastructure Strategy discussion. The MAPF supported grain warehouse receipts program addresses similar constraints faced by field crop growers. In both cases, by organizing SMP growers into viable Producer Organizations – including service cooperatives or producer marketing associations – they are able to access product markets by adopting bulk marketing strategies, foster production of competitive products, mitigate market price fluctuation risks, and access new markets.

A second constraint limiting commercial viability of SMP growers of all agricultural products is lack of access to short, medium, and long-term credit sources. As clearly shown by the AgroInvest credit constraints analysis, the overriding constraint faced by most SMP growers is the lack of a documented historical cash flow records to substantiate credit payback ability to loan review officials. Again, Producer Organizations provide a mechanism through which individual growers can improve their accounting and overall record keeping skills needed to develop such records, reduce input costs through group purchases and gain access to credit sources that are not available if applications are made at an individual level.

The Component 3.1 PO Strategy builds on lessons learned from some 15 years of experience in forming Grower Service Cooperatives in Ukraine and from more recent experience with use of legal input and marketing associations that directly link SMP

growers to input suppliers, including bank and non-bank lending organizations, and to various product market outlets.

## **Definition of a "Producer Organization"**

An organization of agriculture producers ("Producer Organization" or PO) is a formal or informal group of producers, typically growing a certain product or group of products, that can benefit from the enhanced market power available through the use of joint actions to improve access and reduce cost of production inputs, including equipment, buildings and credit, and/or improve access to product markets to gain additional profit by eliminating intermediaries.

Common forms of POs include:

- Agricultural Service Cooperative
- Informal grower association or group
- Formal Business Association

### Agricultural Service Cooperative

Agricultural service cooperatives are legal organizations organized under the Ukraine Cooperative Law. They feature legal membership relationships, and support bulk input purchase and facilitate bulk sales of member products. Input service cooperatives operate as a business and take ownership of inputs that are sold to members. By buying in bulk, the cooperative is able to reduce per unit costs with savings passed on to members. Marketing service cooperatives operate by aggregating member products for sale to one or more buyers. By carrying out logistical and negotiating functions of a market intermediary, they can pass the added income back to members. Similar to an input supply service cooperative a marketing service cooperative takes ownership of the product prior to sale. This results in two types of problems. First, most Ukraine tax authorities prefer to tax these service cooperatives as if they were a limited company, thereby reducing the dividends payable to growers. (AgroInvest, under Component 1.1 Policy Strategy will seek to modify this discriminatory tax policy.) Second, most marketing cooperatives experience difficulty enforcing rules that require members to sell all or a large majority of their products through the cooperative. Growers prefer to sell the higher quality products themselves with the lower quality sold through the cooperative. These actions undercut the benefits to be gained from common joint action and results in unsatisfactory cooperative results. In practice, marketing service cooperatives work quite well for selling raw milk products, but have not worked well for facilitating fresh fruit and vegetable sales.

### Informal Grower Association or Group

It is a common practice in Ukraine for SMPs; usually individual homesteads specialized in production of a certain product (potato, cucumber, tomato, onion, strawberry, apple, etc.), to work together in small informal groups (five to ten

members) for the purpose of forming lots of homogenous produce to be sold at markets in other regions of Ukraine. Since individual group members maintain control over their own products, the informal group does not suffer from the constraints facing the marketing service cooperative. Most gains are due to sharing of transportation costs associated with getting produce to market. However, an informal organization form cannot facilitate grower's access to credit or other input supplies.

### Formal Business Association

The Formal Business Association does not take ownership of either inputs or products produced by its members and consequently is not considered as an object for taxation by Ukrainian tax authorities. In this sense, it is similar to the informal association or group. However, similar to the service cooperative it coordinates the input supply (which can include credit) and the marketing of members' products. To function properly, Business Associations require that members enter into legal contractual relationships that set out strict obligations of each party. For example, members are required to purchase from a specific set of input suppliers who agree to sell a given quantity and type of input at a given price. Similarly, to benefit from group marketing principles, members are contractually bound to sell a stated quantity (sometimes with stated quality considerations) at a negotiated price (which could be a current market price at time of sale). While many SMP growers will balk at joining an association with such strict contractual requirements, the advantage gained from membership in a Formal Business Association is that the contractual production and marketing obligations provide members with a documented cash flow and credit service records required to access formal credit suppliers and gain trade credits from input suppliers.

## **Strategy Goal**

The Component 3.1 strategy goal is to realize the formation of alternative types of Producer Organizations in sufficient number to attain AgroInvest Project targets for alleviating existing SMP grower constraints to accessing inputs (including credit) and accessing high quality product markets in order to expand short and long term commercial success of individual growers.

## **Strategy Implementation**

The "Wholesale and Regional Market Assessment" analysis described and assessed the functioning of two very successful Formal Business Associations now operating in Kherson Oblast that can serve as models for SMP grower PO development relevant to the AgroInvest target population including horticulture and field crop producers. This is seen as the ideal long-term model to alleviate current SMP credit and product market constraints. However, the Formal Business Association model is better suited for immediate implementation by SMP field crop growers with a minimum of 500 hectares or horticultural grower with a minimum of 20 to 50 hectares under production.

Small-scale horticultural producers with up to five hectares of open field production (or 2,000 m<sup>2</sup> of covered production) are most likely to benefit initially by working together in an informal group. When linked with a regional WMAP as developed in the Component 3.2 strategy paper, individual members of informal groups can enter into identical sales

contracts to take advantage of market provided packinghouse and storage facilities. In this way they will, in a step-by-step fashion, move up to the Formal Business Association model as trust relationships between growers and between the grower and the buyer evolve.

Existing profit tax issues associated with the Marketing Service Cooperative makes it impractical for use by horticultural or field crop producers but it is the most valid model for milk producers selling to a single processor.

The strategy for implementing agriculture producer organizations' capacity building programs for small-scale SMP horticultural growers includes:

- Identify groups of farmers that now, on an informal basis, jointly carry out marketing and input supply activities;
- Link these informal groups to WMAP buyers or other private sector buyers that can provide group member access to storage and packinghouse facilities as needed and facilitate introduction of legal contractual arrangements for product sales and input purchases;
- Provide training in accounting and farm record keeping that enable development of documentable cash flow records suitable for accessing formal and informal credit providers and link members with credit suppliers that have an incentive to service the client group;
- As positive trust relationships evolve, organize Formal Business Associations or Service Cooperatives as needed;
- Develop contractual documents and facilitate construction of member owned marketing facilities as needed, using AgroInvest matching grant program;
- Provide continuing in-service training, as needed, to strengthen long-term sustainability for POs.

While it is tempting to immediately work with an informal grower group to build their own packinghouse and cold storage facilities this is not recommended until trust relationships are well developed and members understand the advantages of formal POs. Instead of using a Service Cooperative ownership form, AgroInvest will encourage use of standard limited liability business forms for common ownership of facilities and equipment with use rights and obligations firmly included within the implementing contract.

For larger horticultural growers, field crop growers and milk producers, the implementing procedures are slightly different and include:

- Identify groups of farmers that now, on an informal basis, jointly carry out marketing and input supply activities and link them with members of functioning Formal Business Associations (Service Cooperatives);
- Organize a series of workshops and seminars over a two or three month period to enable new Business Association (Service Cooperative) members to understand organization goals, objectives and management procedures, use of contracts, common input purchase and product marketing processes;

- Provide training in Business Association (Cooperative) management principles, form legal Business Association (Cooperative);
- Prepare contractual documents and facilitate construction of member owned marketing facilities as needed, using AgroInvest matching grant program;
- Provide training in accounting and farm record keeping that enable development of documentable cash flow records suitable for accessing formal and informal credit providers and link members with credit suppliers that have an incentive to service the client group;
- Provide continuing in-service training, as needed, to strengthen long-term organizational sustainability of POs.

While the described PO implementation process may appear somewhat arduous, the long-term goal is to develop sustainable business models able to survive and grow after withdrawal of Project resources.

## Target Regions

In view of limited Project resources and need to attain a suitable multiplier effect, the Project will carry out comprehensive practical activities in building agriculture Producer Organization capacities in three geographical regions.

As part of the regional selection process, the Project analyzed statistical indicators of regional potential for milk, meat, potato, fruit, vegetable and soft fruit production; rural population concentration, number and location of individual homesteads and farms, and number of agriculture service cooperatives (see Annexes A and B, in Ukrainian language, for more detailed oblasts analysis and ratings). More than 60 meetings were held with regional and local government officials, farmers, leaders of farmer organizations, representatives of market infrastructure facilities (regional markets, commercial companies, and exchanges), leaders of NGOs and rural extension services, and representatives of technical assistance projects operating in pre-selected regions.

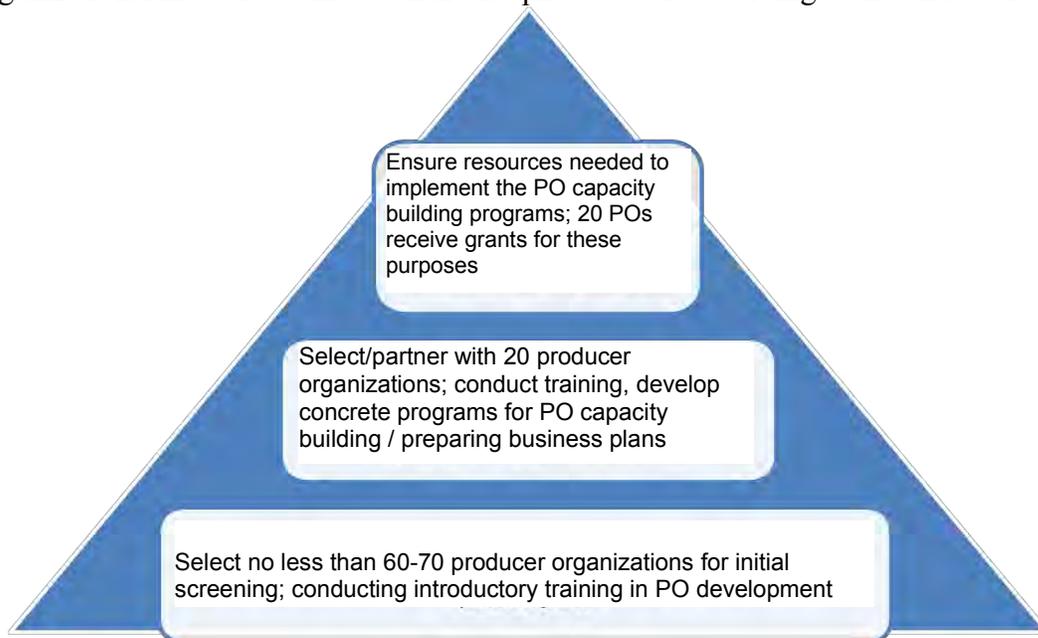
Based on the above criteria, Vinnitsa and Dnipropetrovsk oblasts were selected as having the greatest potential for PO development. In addition to these two regions, the PO organization will also take place in Crimea, which was identified as a Project target region by USAID. For disseminating best practices and models, the Project may extend its activities to adjacent regions, such as Kherson, Zhytomyr and Mykolaiv oblasts.

The target regions were selected based on the following criteria:

- Current condition of the production and market infrastructure;
- Concentration of agriculture production facilities with a focus on products which are produced by SMPs – fruit, vegetable, potato, soft fruit, milk, meat;
- Availability of financial support to development of SMPs and POs from local budgets;
- Availability of investment projects;
- Openness and interest on the part of local governments;
- Availability of lending and investment opportunities;
- Experience in implementation of technical assistance projects.

## Implementation Plan

The Producer Organization capacity building implementation plan envisages that certain organizational measures will be taken on a phased basis according to the chart below:



Phase 1: At the first phase, the Project will review, screen and provide initial trainings for 60-70 Producer Organizations and formal and informal marketing organizations/groups in the selected regions of Crimea, Dnipropetrovsk, and Vinnitsa (plus potentially POs in Kherson, Zhytomyr and Mykolaiv oblasts) who are willing to expand the scope of their commercial operations. Leaders of the POs in this first phase will be trained in generating value added, accessing inputs including credit, increasing capacities for accessing agriculture markets, and business-planning basics.

In the process of training, up to 20 (over the life of the Project) of the most promising POs will be selected and offered to sign agreements of cooperation in development and implementation of capacity building programs. Essential provision of such agreements will include: the subject matter of joint activities, the level of financial, organizational and technical involvement, parties' commitments and responsibilities, organization and control of the implementation process.

Anticipated results of the first phase:

- The Project has selected 20 POs (five in year 1, eight in year 2, and seven in year 3) with the greatest potential (intellectual, cadre, material-and-technical) whose leaders have good vision, ideas or ready to implement projects to expand the scope of operations;
- The Project has signed agreements on cooperation in implementing capacity building programs with these selected POs;
- Some general training will continue to be offered to both partner and non-partner POs, water user associations, trade and business associations, and other community based PO associations.

Phase 2: the Project will provide training and technical assistance in the following areas:

- Making surveys of agriculture product markets and service markets;
- Conducting training in production efficiency improvement, post-harvest handling, and marketing of selected agriculture products;
- Developing long-term capacity building programs;
- Developing local capacity of each partner PO to expand the scope of their services, increase access to markets, and improve productivity and sales of their members' commercial operations;
- Designing business plans for PO development as a whole and implementation of selectee business projects.

Anticipated results from Phase 2 activities:

- PO team members are trained in basics and specifics of developing their POs;
- Targeted POs will increase their sales (tonnage) of product by at least 100% over the life of the AgroInvest Project (10% increase in year 2, 20% increase in year 3, 25% increase in year 4, and additional 25% increase in year 5);
- Perceived improvement in the quality and services of partner POs by individual members will increase by 35% of the life of the Project;
- More than 1,175 PO participants will have benefitted from Project assistance from more than 160 POs and associations (includes both partner and non-partner POs)

Phase 3: At the third phase, the Project will take a number of measures to improve (to secure) POs' access to finance/resources needed to implement capacity building programs. The Project will:

- Compile a catalog (register) of PO capacity building programs;
- Hold events (investment forums, round tables) at which PO capacity building programs / investment projects and conditions for cooperation with investment companies, financial institutions and other providers of credit will be presented;
- Organize and conduct meetings with potential investors/lenders and POs;
- Link POs with potential providers of credit;
- Award capacity building Project grants on a competitive selection basis.

Anticipated results of Phase 3:

- At least \$ 2,225,000 is mobilized from various sources for the purpose of funding PO capacity building programs over the life of the Project (\$450,000 in year 2, \$500,000 in year 3, \$625,000 in year 4, and \$650,000 in year 5);
- Selected Project partner PO member farmers have doubled their sales volume.

### **Additional measures**

In addition to three major phases, the strategy for increasing PO capacities envisages that additional measures will be taken to make sure that the anticipated results are attained and best practices are disseminated in other regions.

The additional following measures include, for POs and SMPs, both within and outside of target regions, including and in addition to the Project's partner POs:

- Assess training needs of PO and SMP leaders;
- Develop and approve agendas of training seminars for PO and SMP representatives;
- Train PO and SMP leaders in marketing, value chains, production, post-harvest and storage technologies, produce quality assurance;
- Conduct training on legal, land, financial and management issues;
- Organize and conduct study tours to expose PO leaders and members to best practices of organizing PO operations;
- Generalize best practices of building PO capacities and increasing productivity and profitability of PO members; preparing promotional materials (publication, booklets, brochures, video clips, etc.);
- Hold round tables, conferences, other informational events intended to disseminate best practices for the development and commercial viability of POs.

Anticipated results of training and promotions events devoted to PO capacity building programs:

- The gained experience is disseminated in at least three adjacent regions;
- At least 1,175 representatives from POs and SMPs attended training events devoted to capacity building, improvement of the access to agriculture markets, land law, management, investments and other topics.

## **Organizing and Monitoring the Implementation Process**

Cooperation agreements with POs will serve a basis for organizing and monitoring implementation of the strategy for building capacity of agriculture POs. The cooperation agreements will require that the parties document the initial status of PO capacities and make yearly assessment of capacity building program implementation progress.

In addition, as part of PO capacity building program implementation,

- Progress in carrying out work plans and technological regulations will be monitored on an ongoing basis (the plans and regulation may be refined/adjusted based on results of such monitoring);
- Additional consultations with engagement of short-term experts will be held;
- Additional training in securing successful implementation of the programs will be conducted.

## Annex A

### Зведений звіт про результати відбору географічних регіонів - потенційних учасників Проекту Агроінвест

Робота з проведення відбору географічних регіонів проведена у відповідності та на виконання вимог Технічного завдання Проекту Агроінвест, яким в частині розділу Компоненту 3 «Сприяння розвитку ринкової інфраструктури для малих та середніх виробників» передбачено: «...Беручи до уваги обмеженість ресурсів USAID, Виконавець повинен відібрати та працювати у окремих географічних регіонах для створення більш ефективної ринкової інфраструктури для МСВ. Регіони, які розглядатимуться, включатимуть в першу чергу ті, які мають значний потенціал для виконання вказаних нижче робіт. Де можливо, Проект АгроІнвест докладатиме зусиль для встановлення зв'язків з існуючими проектами USAID для підсилення загального ефекту».

**Етапи роботи:** Робота з відбору географічних регіонів складалась з двох етапів:

**Етап А.** Попередній відбір десяти регіонів на основі аналізу статистичних показників рівня потенціалу виробництва та інфраструктури.

**Етап Б.** Проведення поглибленого дослідження відібраних десяти регіонів.

**Результати етапу А:** На основі аналізу статистичних показників рівня потенціалу регіонів з виробництва сільськогосподарської продукції (молока, м'яса, картоплі, овочів, фруктів та ягід), концентрації сільського населення, особистих селянських та фермерських господарств, сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів та аналізу дотичних матеріалів було відібрано десять регіонів, потенційних учасників Проекту. Звіт про результати попереднього відбору в додатку 1.

Регіони	Критерії переваг	Примітка
АР Крим	Визначена умовами ТЗ Проекту	
Вінницька	Перше місце за кількістю виробництва картоплі, плодів та ягід, молока та за кількістю ОСГ і СОК Друге місце за кількістю сільського населення.	
Дніпропетровська	Друге місце за кількістю виробництва овочів та м'яса Третє місце за виробництвом плодів і ягід та кількістю фермерських господарств	
І.Франківська	Третє місце за кількістю ОСГ та СОК П'яте місце за кількістю сільського населення	
Київська	Друге місце за виробництвом картоплі, третє - за виробництвом м'яса, п'яте - за виробництвом овочів. Четверте місце за кількістю ОСГ.	
Львівська	Перше місце за кількістю сільського населення та друге - за кількістю ОСГ.	

	Третє за виробництвом картоплі і молока та п'яте – за виробництвом м'яса.	
Одеська	Перше місце за кількістю ФГ. Третє місце за кількістю сільського населення та виробництва овочів. Напрацювання Проекту ЛІНК.	
Херсонська	Перше місце за виробництвом овочів П'яте місце за кількістю ФГ	
Черкаська	Перше місце за виробництвом м'яса	
Рівненська	П'яте місце по кількості СОК. Напрацювання Проекту ЛІНК	

**Результати етапу Б:** На другому етапі дослідження проведено більше 60 зустрічей та дискусій з представниками органів державної влади, місцевого врядування, фермерами та лідерами їх об'єднань, лідерами кооперативних організацій та їх об'єднань, представниками суб'єктів ринкової інфраструктури (регіональних ринків, комерційних компаній, бірж), лідерами громадських організацій та сільськогосподарських дорадчих служб, представниками Проектів технічної допомоги в усіх відібраних регіонах.

Під час проведення досліджень спроможності та потенціалу регіонів щодо розвитку організацій виробників одночасно були проведені і дослідження ініціатив та потенціалу розвитку регіональних оптових ринків сільськогосподарської продукції та логістичних потужностей для її після врожайної обробки, зберігання та збуту

#### **Загальний висновок за результатами проведених зустрічей та дискусій**

Регіони	Переваги	Пріоритети та Застереження
АР Крим	Визначена умовами ТЗ Проекту. Наявність стратегії розвитку системи ринків сільськогосподарської продукції. Реалізація реальних проектів створення місцевих ринків, підтримка розвитку ОВ. Досвід успішної реалізації проектів технічної допомоги. (звіт у додатку №2)	Розвиток системи локальних ринків с/г продукції, підтримка МСВ
Вінницька	Діюча Програма розвитку особистих селянських та фермерських господарств, заплановане фінансування з місцевого бюджету на 2011-2015 роки 29,1млн.грн. Підтримується діяльність 83 СОК Активна підтримка органів	Розвиток МСВ та ОВ

	державної влади, доступність Успішний досвід реалізації донорських проектів (звіт у додатку №3)	
Дніпропетровська	Фінансова підтримка з обласного бюджету розвитку ОВ (2011р. виділено 1,0 млн. на обладнання для СОК в рамках співпраці з Проектом «Підвищення конкурентоздатності молочного сектору України») Канада. Розробка програми на 2012 рік з обсягом фінансування ОВ 3 – 4 млн.грн. Наявність інвестиційних проектів створення локальних логістичних центрів ємністю від 1,0 до 10,0тисяч тон. Інвестиційний проект будівництва регіонального ОРСП. Успішний досвід та співфінансування заходів проектів технічної допомоги (звіт у додатку №4)	Розвиток МСВ,ОВ та ОРСП
І.Франківська	Програма підтримки розвитку СОК на період до 2015 року передбачає фінансову підтримку у сумі 157,7млн.грн. для створення за п'ять років понад 450 СОК. За 12 місяців кількість СОК збільшилася у 4,5 рази. Реальний проект будівництва регіонального ОРСП. Активна підтримка органів державної влади, доступність. Практика виділення коштів з обласного бюджету для фінансової підтримки реалізації заходів Проектів технічної допомоги. (звіт у додатку №5)	Розвиток МСВ,ОВ та ОРСП
Львівська	Успішна реалізація трьох Проектів технічної допомоги. Органи державної влади не заважають реалізації проектів, надають політичну підтримку. (звіт у додатку №6)	Відсутність фінансової підтримки реалізації донорських проектів. В області працює три проекти з розвитку спроможності МСВ та ОВ
Одеська	Напрацювання Проекту ЛІНК.	Не реалізовані

	Наявність двох проектів будівництва ОРСП. (звіт у додатку №7)	напрацювання двох Проектів ЄС в частині будівництва ОРСП*
Херсонська	Активна підтримка органів державної влади будівництва регіонального ОРСП. Наявність реального плану та початок будівництва регіонального ОРСП. Наявність та реалізація інвестиційних проектів розвитку приватних логістичних центрів. Досвід реалізації донорських проектів (звіт у додатку №8)	Песимістичне ставлення лідерів фермерських організацій до ОВ.  Підтримка розвитку ОРСП
Черкаська	Наявність чотирьох галузевих програм підтримки розвитку овочівництва, скотарства, свинарства. Активна підтримка органів державної влади, відкритість, доступність. Досвід роботи оптового ринку живої худоби «Чародій» (звіт у додатку №9)	Підтримка розвитку ОВ в галузі тваринництва, ринку живої худоби «Чародій»
Рівненська	Наявність та дієвість програм підтримки МСВ та ОВ. Власна модель кредитування ФГ. Наявність реального проекту будівництва ОРСП, який підтримується органами обласної влади та влади міста Рівне. Активна підтримка всіх гілок влади, відкритість, доступність, співпраця з громадськими організаціями. Напрацювання Проекту ЛІНК (звіт у додатку №10)	Підтримка розвитку МСВ, ОРСП
Київська		

\* - Проект ЄС «TASIS» «Покращання систем логістики та маркетингу для МСП у сільському господарстві» - 2005-2008рр.

- Проект ЄС «Виконання Україною зобов'язань щодо членства в СОТ та реалізації європейської політики добросусідства у сільському секторі(секторальний підхід)»- 2009 – 2011рр.

### **Пропозиції:**

Враховуючи умови ТЗ про обов'язкову діяльність Проекту в АР Крим, доцільно першочергово розпочати роботу в АР Крим та поетапно поширювати її на інші регіони без категоричного обмеження зони діяльності.

На основі проведених досліджень можна визначити регіони з найбільшим потенціалом для реалізації завдань Проекту, в яких може бути розпочата робота з конкурсного відбору МСВ, ОВ, проектів створення ОРСП та логістичних центрів, а саме:

1. Для ефективної підтримки розвитку потенціалу МСВ та ОВ доцільно поетапно розпочати роботу у Вінницькій, Дніпропетровській та І.Франківській областях;
2. Для підтримки розвитку ринків та логістичних центрів доцільно зосередити роботу в Рівненській, І.Франківській та Херсонській областях
3. Діяльність з підтримки локальних проектів розвитку МСВ, ОВ, ринків та логістичних центрів можуть бути поширена на і Одеську та Черкаську області.

## Annex B – Oblast Ratings

Досвід впровадження проектів технічної допомоги

### **АР Крим:**

- «Український проект розвитку плодоовочівництва» ( Канада)
- «Виконання Україною зобов'язань щодо членства в СОТ та реалізації європейської політики добросусідства у сільському секторі(ЄС)
- «Локальні інвестиції та національна конкурентоспроможність» (USAID)
- Проекти Представництва ООН в Криму

### **Одеська:**

- «Виконання Україною зобов'язань щодо членства в СОТ та реалізації європейської політики добросусідства у сільському секторі(ЄС)
- «Локальні інвестиції та національна конкурентоспроможність» (USAID)

### **Вінницька:**

- «Розвиток плодово-ягідного сектору у Вінницькій області» ( Австрія )
- «Селекція свиней чистих ліній в Україні» (Нідерланди)

### **Дніпропетровська:**

- «Підвищення конкурентоздатності молочного сектору України» (Канада)

### **Львівська:**

- «Надання послуг з управління двома ланцюгами додаткової вартості сільськогосподарської продукції в Україні» (Данія)
- «Підвищення конкурентоздатності молочного сектору України» (Канада)»
- «Виконання Україною зобов'язань щодо членства в СОТ та реалізації європейської політики»

### **Херсонська:**

- «Виконання Україною зобов'язань щодо членства в СОТ та реалізації європейської політики добросусідства у сільському секторі(ЄС)

### **Рівненська:**

- «Локальні інвестиції та національна конкурентоспроможність» (USAID)

Оцінювані показники	АР Крим	Вінниця	Дн-ск	І.Франк.	Київ	Львів	Одеса	Херсон	Черкаси	Рівне
Сільське населення	5	9	0	6	4	10	8	0	0	2
Особисті селянські господарства	0	10	0	8	7	9	0	0	4	0
Фермерські господарства	0	4	8	0	0	0	10	6	0	0
СОКи	9	10	2	7	0	0	6	1	4	5
По групі:	14	33	10	21	11	19	24	7	8	7
Значення 20%	8,5	20,0	6,1	12,7	6,7	11,5	14,5	4,2	4,8	4,2
Овочі	2	0	9	0	6	4	8	10	0	4
Картопля	0	10	0	0	9	8	0	0	0	4
Плоди та ягоди	7	10	8	0	0	2	0	0	0	1
Молоко	0	10	0	2	1	8	0	0	4	0
М'ясо	7	1	9	2	8	6	0	0	10	0
По групі:	16	31	26	4	24	28	8	10	14	9
Значення 30%	15,5	30,0	25,2	3,9	23,2	27,1	7,7	9,7	13,5	8,7
Фінансова підтримка розвитку СОК	0	10	10	10	0	0	0	3	0	0
Фінансова підтримка розвитку ФГ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
Наявність інвестиційних проектів	5	0	5	10	0	0	10	10	0	10
Зацікавленість та відкритість ОДВ	5	10	5	10	0	5	5	10	10	10
По групі:	10	20	20	30	0	5	15	23	10	30
Значення 30%	10	20	20	30	0	5	15	23	10	30
Наявність кредит. Можливостей	10	0	5			6	8	9	7	
Значення 20%	20	0	10			12	16	18	14	
Всього: значення 100%	54,0	70,0	61,2	46,6	29,9	55,6	53,3	54,9	42,4	43,0
Рейтинг:	5	1	2	7	10	3	6	4	9	8