

FAO

Исследование влияния COVID-19 на плодоовощной бизнес в регионе
Восточной Европы и Центральной Азии

[Document subtitle]

Содержание

ВСТУПЛЕНИЕ 2

Международная практика по внедрению мер предотвращения распространения
коронавирусной инфекции 3

Как спасти бизнес 6

Лучший международный опыт 6

Меры по профилактике COVID-19, которых придерживаются производители и переработчики
овощей и фруктов в регионе Восточной Европы и Центральной Азии. Результаты опроса 8

ВЫВОДЫ 18

ВСТУПЛЕНИЕ

Мировая пандемия заставила существенно измениться все сектора экономики, в том числе стала серьезным испытанием для сельского хозяйства. Вместе с тем, сельскохозяйственный сектор во всем мире продолжает обеспечивать население продуктами питания и при этом вынужден работать в условиях противостояния распространению пандемии COVID-19.

Пандемия оказала огромное влияние как на производство, так и на спрос. Потребители обратили большее внимание на необходимые для здоровья фрукты и овощи с относительно продолжительным сроком хранения. В то же время спрос на экзотические фрукты снизился из-за закрытия ресторанов и отелей вследствие карантинных мер, принятых государствами в том или ином масштабе. Международная торговля столкнулась с рядом проблем, связанных с транспортировкой продукции. Также в некоторых странах, из-за ограничений в связи с пересечением границ, не хватает рабочих для сбора урожая.

В результате, всем участникам производственной цепи нужно изменить подходы к ведению бизнеса, методам производства, торговли и организации поставок. Фермерам необходимо продолжать производство, адаптируя свою деятельность к новым санитарным требованиям, нехватке рабочей силы и логистическим ограничениям.

Команда регионального проекта ФАО и ЕБРР по повышению конкурентоспособности плодоовощного сектора (East Fruit) провела исследование в Украине, Узбекистане, Таджикистане, Молдове, Грузии с целью определить, как производители, переработчики и представители торговли справляются с влиянием COVID-19 на плодоовощной бизнес, каковы последствия, а также какие изменения пришлось внедрить, чтобы противостоять пандемии и защитить свой персонал и бизнес.

Также мы изучили публикации о развитии ситуации в других странах касательно мер, предпринятых международными компаниями для предотвращения распространения COVID-19, и изложили в отдельном разделе данного исследования основные правила, которых придерживаются представители плодоовощного бизнеса в мире.

Исследование содержит краткое описание бизнес-решений, разработанных в садоводческом секторе в выбранных странах - для обмена опытом с целью развития новых маркетинговых каналов и преодоления ограничений, созданных кризисом мировой пандемии.

В рамках данного исследования мы изучили международный опыт внедрения мер предотвращения распространения COVID-19 плодоовощными компаниями, а также то, как разные страны реагируют на быстрое распространение пандемии и на ее влияние на продовольственный сектор, в частности на сектор овощей и фруктов.

Европейское управление по безопасности пищевых продуктов на своем сайте отмечает, что продукты питания не являются источником коронавируса, и вирус не может передаваться через потребление продуктов питания. Но есть несколько рисков, которые делают плодоовощные предприятия потенциальными очагами вспышки инфекции ([European Food Safety Authority, 2020](#)). Это, в частности:

Сосредоточение рабочих в условиях перерабатывающего предприятия. Сохранять социальную дистанцию внутри перерабатывающего предприятия сложно, потому что рабочие стоят бок о бок во время длительных смен на производственных линиях. Кроме того, громкий разговор или крик из-за производственных шумов приводит к выбросу в воздух относительно большего количества капель слюны. Необходимо контролировать симптомы COVID-19 у рабочих, посетителей, поставщиков и подрядчиков перед входом на производственные объекты. Также важно следить за тем, чтобы рабочие носили средства защиты лица и перчатки.

Транспорт. Использование общественного транспорта для того, чтобы доехать до предприятия и вернуться домой не способствует защите от COVID-19, позволяет вирусу распространяться дальше.

Экономический фактор. Большинство работников в сельском хозяйстве имеют более низкий доход, чем в других секторах экономики и зачастую не имеют страховки или оплачиваемого отпуска по болезни (сезонные рабочие), поэтому, скорее всего, работники, занятые в сфере производства или переработки овощей и фруктов, проигнорируют легкое недомогание и продолжают ходить на работу, что повысит риск заражения трудового коллектива.

Холодная и влажная среда во время сборов урожая или внутри сортировочных и перерабатывающих предприятий - еще один фактор, способствующий распространению COVID-19. Все эти факторы приводят к увеличению скорости передачи вируса ([European Food Safety Authority, 2020](#)).

Условия гигиены. В статье «Влияние COVID-19 на цепочку поставок продуктов питания», опубликованной в международном журнале «Качество и безопасность пищевых продуктов», говорится о ряде исследований, которые показали, что COVID-19 остается жизнеспособным в течение 4, 24, 48 и 72 часов на меди, картоне, нержавеющей стали и пластике соответственно. Поверхности в местах общественного пользования, такие как дверные ручки и выключатели света, несут потенциальные риски заражения, поэтому люди всегда должны заботиться о мытье рук. Кроме того, продавцы, работающие в рознице, должны соблюдать гигиенические требования при обращении с пищевыми продуктами и клиентами - носить маску и перчатки и часто менять их при работе с продуктами, включая их обработку, сортировку или упаковку ([Serpil Aday, Mehmet Seckin Aday, 2020](#)).

Мы выделили основные моменты, которых придерживаются в мире плодоовощные компании, чтобы обеспечить безопасность рабочего места в условиях пандемии COVID-19:

- ✓ Постоянное слежение за правилами, публикуемыми местными органами власти, и рекомендациями Всемирной организации здравоохранения;
- ✓ Обеспечение наличия дезинфицирующих средств и средств индивидуальной защиты (СИЗ);

✓ Обучение сотрудников безопасным методам работы и их информирование о мероприятиях для обеспечения безопасности на работе (использование плакатов, электронных писем, онлайн-встреч, видео, двусторонней радиосвязи для обмена важной информацией при пересменах и т. д.);

Перенастройка рабочих мест с целью упрощения социального дистанцирования. Например, путем уменьшения на предприятии количества рабочих в смену и добавления количества смен увеличивается расстояние между сотрудниками. Впрочем, это влечет снижение скорости обработки, и поэтому некоторые компании, для компенсации снижения скорости, увеличили количество рабочих часов. Еще один вариант, которые применяют компании - работают 7 дней в неделю, чтобы распределить производство на большее количество дней;

✓ Осуществление постоянного контроля состояния здоровья сотрудников и посетителей (измерение температуры, проверка симптомов и т. д.);

✓ Изменение графика начала работы/прибытия сотрудников во избежание скопления людей - у входа, на стоянках и в раздевалках. Это означает, что сотрудники прибывают небольшими группами, например, каждые 15 минут.

Социальное дистанцирование в условиях пандемии COVID-19 является ключевым требованием безопасности. В некоторых компаниях весь управленческий персонал теперь работает из дома. Офисы используются для размещения руководителей производства и тех сотрудников, которые должны быть на месте. Ротация смен осуществляется небольшими группами, а производственный персонал общается с руководством посредством телеконференцсвязи ([Timothy J. Richards, Bradley Rickard, 2020](#)).

Там, где рабочие не могут сохранять достаточное расстояние, рабочие места разделяют пластиковыми экранами. Для поддержания социальной дистанции могут использоваться строительные перегородки или барьеры, закрывающие верхнюю часть тела рабочих. Диагональное расположение следует применять, если сотрудники находятся в двустороннем взаимодействии при сортировке или обработке фруктов. Еще один выход из ситуации - использование только каждого третьего шкафчика в раздевалке или перемещение части производственного процесса в пустое хранилище. Желательно обеспечить одностороннее движение при входе в помещения, туалеты, столовые.

Предприятиям следует рассмотреть возможность сокращения рабочего времени и ротации сотрудников. Общее количество рабочих в каждой смене должно быть разделено на три или четыре группы, а время их перерыва должно быть скорректировано, чтобы избежать переполненности. Социальное дистанцирование касается не только рабочего места. Вы можете разделить сотрудников на рабочем месте, но риск заражения по-прежнему высок, если они едут на работу в переполненных транспортных средствах и остаются в тесных помещениях для рабочих.

С другой стороны, ограничения на передвижения и закрытие движения общественного транспорта не позволяют многим работникам по всему миру ездить на работу. Когда системы общественного транспорта не работали, или были ограничены часы либо количество пассажиров, многим производителям и переработчикам для продолжения деятельности пришлось искать альтернативные средства транспортировки персонала ([Timothy J. Richards, Bradley Rickard, 2020](#)).

Виталий Башинский, эксперт в вопросах биобезопасности и ветеринарии в своей презентации касательно протоколов по биобезопасности пищевых предприятий во время COVID-19 предлагает обеспечить непрерывную работу предприятия в условиях жесткого карантина путем создания автономных функциональных групп персонала. Эксперт говорит о возможности создать группы персонала с установленным и контролируемым статусом напряженности иммунитета против COVID-19. Эта опция стала возможной благодаря вакцинации и возможности контроля напряженности иммунитета у переболевших (90-160 дней) ([В. Башинский, 2021](#)).

Пример формирования автономных функциональных групп:

Группа 1 (менеджер 1, бухгалтер 1, водитель 1, инженер 1, оператор 1 и т. д.);

Группа 2 (менеджер 2, бухгалтер 2, водитель 2, инженер 2, оператор 2 и т. д.).



Обязательно, нужно убедиться в том, что группы гарантированно не пересекаются на работе, в транспорте, в быту (разделение даже в часы приема пищи).

Также Виталий Башинский рекомендует операторам рынка пищевых продуктов составить письменные указания (инструкции) для своего персонала о:

- симптомах, которые могут быть связаны с COVID-19;
- порядке информирования руководителя группы реагирования (включая контактный номер руководителя группы реагирования);
- порядке получения медицинской помощи;
- порядке исключения персонала, имеющего симптомы, которые могут быть связаны с COVID-19, из рабочего процесса.

Как спасти бизнес

Специалисты в области управления компаниями европейских стран делают акцент не только на внедрении и соблюдении мер профилактики COVID-19, но и на том, как спасти свой бизнес и помочь ему выжить во время пандемии. Поэтому в своих исследовательских материалах Милко Риккен, специалист по исследованию рынка и международной торговле овощами, пошагово описывает, как реагировать компаниям на COVID-19 в секторе свежих фруктов и овощей и дает следующие рекомендации ([CBI, Ministry of the Foreign Affairs, 2020](#)):

- ✓ Избегайте необязательных расходов и отложите несущественные инвестиции.
- ✓ Следите за действиями местных властей, в частности, за тем, предоставляют ли они возможность отложить оплату налогов, предлагают ли кредитные линии под низкие или нулевые процентные ставки.
- ✓ Если вы ожидаете снижения продаж, подумайте о переходе на варианты культур с меньшим риском. Урожай с более длительным сезоном, который можно будет собрать позже, даст вам дополнительное время, чтобы понять, что будет с рынками. Посадка продуктов, которые можно хранить легко и дольше без интенсивных затрат, также может дать вам большую гибкость.
- ✓ Регулярно делитесь обновлениями со своими нынешними и потенциальными клиентами. Это поможет убедить их в безопасности поставок вашей продукции, а также наладить деловые отношения.
- ✓ Говорите правдиво. Сохранять спокойствие и избегать дезинформации - очень важно. Употребление свежих фруктов и овощей важно для вашего здоровья. Но не делайте необоснованных или преувеличенных заявлений о здоровье, например, «употребление наших фруктов защитит вас от коронавируса».
- ✓ Обратитесь к потенциальным клиентам, которые еще не покупают у вас. В настоящее время многие цепочки поставок меняются, и импортеры ищут альтернативных поставщиков. Также общайтесь с другими производителями и экспортерами. Это позволяет вам делиться опытом и узнавать о новых способах совместного решения проблем, с которыми вы сталкиваетесь в этом кризисе.
- ✓ Диверсифицируйте сельскохозяйственные культуры и разнообразьте свой урожай.
- ✓ Важно, как никогда, иметь доступ к цепочке поставок супермаркета, так как большинство свежих фруктов и овощей продается именно там.
- ✓ Следите за новостями и мерами, принимаемыми на разных рынках, а также за теми, которые принимаются торговыми организациями в вашей стране.
- ✓ Делайте акцент на доступных свежих овощах и фруктах с длительным сроком хранения. По-прежнему пользуются высоким спросом полезные и повседневные продукты, такие как цитрусовые, яблоки, бананы и киви. Дорогие и экзотические фрукты и овощи находятся в очень сложной рыночной ситуации ([CBI, Ministry of the Foreign Affairs, 2020](#)).

Лучший международный опыт

Большинство стран ограничили или прекратили **международные полеты**, что привело к сокращению грузовых авиаперевозок. Для многих переработчиков фруктов и овощей это означает нагрузку на международную логистику. Поиск альтернативных решений имеет решающее значение для возобновления работы и выполнения существующих соглашений. На некоторых рынках переработчики овощей и фруктов кооперировались, чтобы забронировать чартерные рейсы. Например, производители свежесрезанных фруктов в Западной Африке стали плотнее работать с экспортерами свежих фруктов с целью организации чартерных рейсов в Европу. Перевоз чартерными рейсами дороже, чем регулярными, но такое решение

гарантирует, что экспортеры могут выполнять обещанные заказы и получать доход. Например, программа KickCharter компании KLM объединяет поставки нескольких экспортеров. Самолеты летают только при наличии достаточного спроса, поэтому координация с другими переработчиками может помочь ускорить доставку ([CBI, Ministry of the Foreign Affairs, 2020](#)).

Мировые импортеры и переработчики рекомендуют диверсифицировать поставщиков сырья и увеличивать запасы основных производственных линий, чтобы: обеспечить выполнение заказов, несмотря на сокращение объемов производства и остановок производства; оценить емкость хранилища и принять меры для запуска дополнительного хранилища на месте или за его пределами; наладить контакты с упаковщиками и поставщиками упаковки, чтобы иметь возможность быстро переводить производство на новые форматы; развивать новые каналы продаж и дистрибуции продуктов, ориентироваться на новых клиентов или выводить на рынок новые продукты.

С целью диверсификации каналов продаж некоторые производители инвестируют в цифровой **маркетинг** для новых клиентов, включая подробный обзор продуктов, сертификатов и т.д. Образцы замороженных фруктов, сушеных фруктов и свежесрезанных салатов имеют маркетинговую ценность. Альтернативно можно делать простые и понятные видеообзоры. Делитесь высококачественными фотографиями и видео ваших производственных объектов. Посещайте торговые онлайн-ярмарки и мероприятия отраслевых ассоциаций, чтобы наладить контакты и познакомиться с новыми клиентами.

Убедитесь, что у вас есть современный веб-сайт, который привлекает потенциальных клиентов.

Используйте свои местные торговые палаты и торговые палаты европейских рынков для виртуальных миссий по поиску новых клиентов и продвижению ваших продуктов ([CBI, Ministry of the Foreign Affairs, 2020](#)).

Меры по профилактике COVID-19, которых придерживаются производители и переработчики овощей и фруктов в регионе Восточной Европы и Центральной Азии. Результаты опроса

В рамках данного исследования специалистами East Fruit был разработан специальный Опросник касательно мероприятий по предотвращению распространения коронавирусной инфекции (COVID-19) в плодоовощном секторе, который включил в себя следующие пункты:

- a) Информационная часть, где респонденты должны были оставить информацию о своем предприятии, а также ответить на основные вопросы, такие, как:
- ✓ Зоны риска, которые определила для себя компания;
 - ✓ Какие меры предприняли руководители для снижения рисков;
 - ✓ Пользовались ли предприятия услугами специалистов или специализированных учреждений, чтобы определить риски и создать план действий по их снижению;
 - ✓ Сколько дополнительных затрат понесла компания на внедрение мер безопасности;
 - ✓ Болели ли уже работники в компании;
 - ✓ Как компании оценивают влияние COVID-19 на бизнес (в процентах от выручки, положительно или негативно);
- b) Общие вопросы по предотвращению распространения вируса;
- c) Профилактические мероприятия при работе в поле, садах, теплицах и складах;
- d) Профилактические действия при использовании транспортных средств;
- e) Послеуборочные профилактические мероприятия.

Регион исследования: Украина, Таджикистан, Узбекистан, Грузия, Молдова.

Направления деятельности в сфере «фрукты и овощи»: нами было опрошено около 70 представителей плодоовощного бизнеса в сфере производства фруктов и овощей, их переработки и торговли. Респонденты - менеджеры внешнеэкономической деятельности, директора и собственники бизнеса, администраторы и агрономы. 38 респондентов согласились полностью ответить на все вопросы анкеты, все остальные респонденты поделились общей информацией о том, как их компании работают в условиях пандемии, и каким образом Covid-19 повлиял на их бизнес.

Минимальное количество сотрудников в опрошенных компаниях составляет 10 человек, максимальное - около 100 человек, штат около 10 компаний из всех опрошенных превышает 100 человек.

Зоны риска, которые определили для себя опрошенные компании:

1) проблемы со сбытом и реализацией продукции:

- снижение спроса и потеря постоянных клиентов (производители яблок в Украине);
- мировой экономический кризис, повлекший за собой снижение покупательской способности у клиентов;
- снижение количества потенциально выгодных коммерческих контактов с потенциальными импортерами из других стран;
- переход в менее выгодные сегменты альтернативных экспортных рынков для аналогичной продукции (Египет, Китай);

2) потеря персоналом трудоспособности:

- задержка в выполнении технологических работ из-за состояния здоровья сотрудников;
- увеличение себестоимости продукции;

- только частичное (не полное) выполнение ключевых для производства проектов, касающихся сада и холодильной камеры;

3) усложненная логистика из-за закрытия границ и ограничения передвижения:

- ограничения по передвижению внутри региона и между регионами страны (это, в основном, отметили предприниматели в Узбекистане);
- увеличение затрат на логистику;
- невозможность проводить ежегодные тематические семинары, международные инфо-туры с клиентами, международные выезды специалистов компаний для обмена опытом;
- невозможность приезда международных специалистов, консультантов для мониторинга насаждений.

Для того, чтобы снизить риски, плодоовощным компаниям пришлось предпринять следующие меры:

1. оптимизировать производственные процессы с целью снижения затрат для соответствия потребительской платёжеспособности;
2. проводить постоянный поиск альтернативных рынков сбыта;
3. вводить необходимые стандартные меры по минимизации возможности распространения вируса между персоналом, включающие:
 - распределение работников на более длительный период выполнения сезонных работ в полях;
 - усиленный масочный режим, мытье рук, температурный скрининг при входе;
 - обеспечение сотрудников средствами защиты (напр. маски), соблюдение дистанции, применение всех рекомендуемых мер – умывальники, жидкое мыло, мытье рук, измерения температуры;
 - снабжение офисов дезинфицирующими средствами;
 - карантин в офисе, ограничение посетителей, планерки в онлайн-режиме, установление графика обедов группами;
 - уборка и дезинфекция помещений; перевод некоторых сотрудников на удаленную работу; ведение заболевших от первых симптомов до выхода на работу после больничного; дезинфекция транспорта;
 - организация карантинных зон на предприятии или на местах сбора урожая, в садах, на территории проведения технологических работ, где сотрудники могут находиться на протяжении 2-х или более недель;
 - отмена промомероприятий, отмена инфо-туров и командировок специалистов компании.

Мы попросили руководителей компаний оценить прямые затраты по линии мер безопасности по предотвращению распространения COVID-19. Так, компании понесли дополнительные затраты в среднем от \$580 до \$7000 в зависимости от размера предприятия. В расчете на одного работника эти затраты составили примерно от \$10 до \$70 на человека. В основном, данные средства были направлены на дополнительные заработные платы, оплату больничных или сверхурочного времени работы, закупку дезинфицирующих средств, масок, перчаток, а также на покрытие дополнительных затрат на логистику в связи с организацией большего количества перевозок сотрудников.

Большинство опрошенных компаний вообще не вели учет данных расходов, но утверждают, что затраты на противостояние COVID-19 увеличили себестоимость продукции в некоторых случаях на \$0,07-\$0,10 на 1 кг продукции.

В то же время, опрошенные компании относят к дополнительным затратам и те средства, которые им пришлось инвестировать, например, в открытие склада для управления запасами или же для открытия собственного магазина по продаже сельхозпродукции. Такие затраты составили, в среднем, \$60 000 на предприятие. Респонденты уверяют, что это - вынужденные инвестиции для того, чтобы обезопасить свой бизнес на фоне пандемии.

Исходя из результатов опроса, большинство плодоовощных компаний оценивают влияние пандемии на их бизнес негативно — это снижение выручки от 10 % до 60 %.

Некоторые предприниматели в Украине отмечают, что во время первого карантина, весной 2020 года, упали продажи, а потом, через пару недель, ситуация выровнялась. Произошло некоторое перераспределение продукта среди конечных потребителей: поскольку люди вынуждены были оставаться дома, увеличились продажи на конечного потребителя и снизились закупки объектов общественного питания (например, ресторанов), но на прибыль это существенно не повлияло.

Все остальные респонденты отмечают следующие аспекты в ведении бизнеса, на которые наиболее повлияла пандемия:

- производственный процесс;
- организация работы труда и безопасности сотрудников;
- трудности в заключении новых контрактов - в связи с отсутствием возможности проведения аудита производства клиентом;
- невозможность организовать тематические семинары офлайн для ознакомления с новыми культурами, отправиться в обучающий тур;
- отмена тематических агровыставок;
- снижение доступа к свежим продуктам - в связи с закрытием сельскохозяйственных рынков;
- увеличение себестоимости продукции, снижение покупательной способности и как следствие – снижение дохода;
- нехватка денежных средств для развития персонала и предприятия;
- сложности в работе по принципу B2B (клиенты стали дольше принимать решения о сотрудничестве);
- коммуникация стала более автоматизированной, но организация труда пострадала при дистанционной работе.

Среди 70 опрошенных плодоовощных компаний не все получили негативный результат в условиях работы в период пандемии. Есть ряд предпринимателей, которые быстро отреагировали на изменения рыночных условий под влиянием COVID-19, и некоторые даже увеличили прибыль, в среднем, на 10-15 % в сравнении с предыдущим годом.

Так, например:

одно из предприятий в Украине, которое занимается производством земляники, своевременно обратилось к международным экспертам Продовольственной и сельскохозяйственной организации (ФАО) за оценкой и рекомендациями касательно того, что делать в сложившейся ситуации. Персонал, который работал в момент вспышек COVID-19, был сразу закрыт на двухнедельный карантин. Руководство полностью обеспечило пребывание здорового персонала на предприятии на протяжении 2-х недель, а затем ввело двухнедельные смены на протяжении первых ста дней от начала пандемии. Офисные сотрудники работали в дистанционном режиме.

Была проведена разъяснительная работа с сотрудниками о том, чтобы те в случае болезни оставались дома и с полной ответственностью отнеслись к состоянию своего здоровья и здоровья других коллег. Предприятием был увеличен фонд заработной платы для тех, кто работал сверхурочно, были предусмотрены выплаты и для тех, кто болел - чтобы обезопасить от контакта с больными предприятие и здоровый персонал. Руководство предприятия также проанализировало реакцию потребителя на свежую ягодную продукцию. Было принято решение уменьшить размер упаковки земляники и поместить продукцию в закрытую упаковку. В связи с закрытием рынков и детских учреждений, куда ранее поставлялась продукция, а также трудностями в переговорах с супермаркетами, предприятием было принято решение реализовывать продукцию полностью через социальные сети. Путем изъятия посредника из цепочки реализации продукции и продаж напрямую конечному покупателю удалось повысить маржинальность продукции на 10 %.

Еще одно предприятие, которое занимается производством яблок, спасло свой бизнес за счет реализации продукции с помощью интернета, ужесточенных правил карантина, а также быстрой переквалификации производства из продажи свежих яблок на продажу сока прямого отжима.

«Мы вовремя определили то, что клиент снизил потребление продуктов в свежем виде и начали делать сок прямого отжима и реализовывать его через интернет, таким образом мы выровняли наши денежные потоки, и COVID-19 почти никак не отобразился на нашем бизнесе, несмотря на то что у нас тоже болеют сотрудники. Мы и дальше намерены развивать интернет-маркетинг и переработку продуктов. Мы планируем, также, начать производить пастилу и сухофрукты» - комментирует руководитель предприятия.

Одна из узбекских компаний пересмотрела свои возможности на внутреннем рынке и внесла в ближайшие планы строительство двух предприятий по переработке - производство гранатового сока и производство сухофруктов. Также ею рассматривается возможность восстановления экспорта своей продукции.

Несколько компаний-производителей оценивают влияние пандемии COVID-19 на их бизнес положительно, их выручка возросла на 15%-30% благодаря тому, что им быстро удалось найти альтернативные рынки сбыта. По словам представителей этих компаний, какого-либо негативного влияния на их работу пандемия не оказала, а наоборот, простимулировала их к поиску новых рынков.

Ряд предприятий определил для себя так называемый «экспортный путь» выхода из пандемического кризиса. Значительная часть опрошенных предпринимателей отметили, что было очень сложно наладить контакт с супермаркетами. Супермаркеты снизили цену на некоторые продукты, и плодоовощные компании полностью перешли на прямой экспорт своей продукции.

Некоторые предприятия предпочли сотрудничеству с местными дистрибьюторскими компаниями более стабильные и надежные, по их мнению, поставки плодоовощной продукции на рынок ЕС.

В таблице 1 отображен перечень общих вопросов по предотвращению распространения COVID-19, заданных респондентам для кратких ответов: «Да», «Нет», «Частично», и результаты их ответов в процентах.

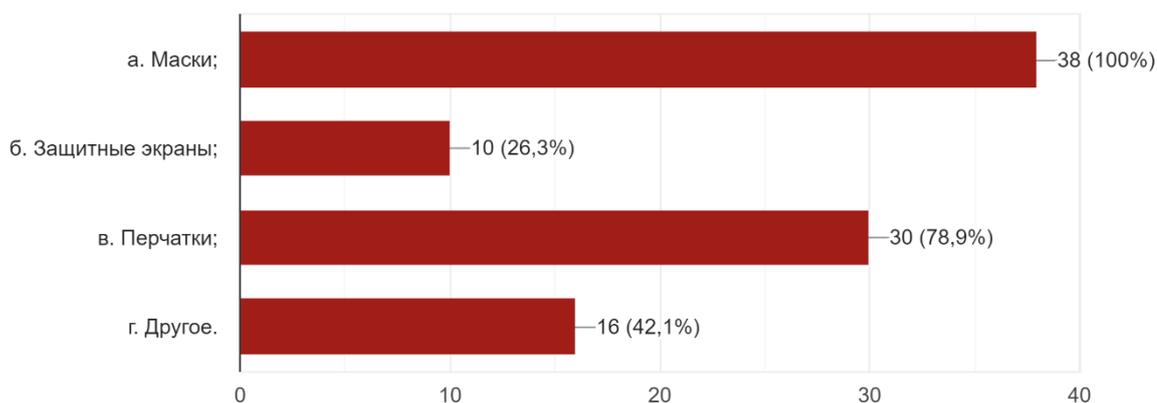
Мы видим, что более половины плодоовощных компаний (68,4% респондентов) получили рекомендации по предотвращению распространения COVID-19 от государственных структур,

организаций здравоохранения и подобных учреждений. В то же время абсолютно все опрошенные компании знают об основных симптомах заболевания, 92,1% проинформировали персонал и провели его обучение мерам предотвращения инфекции, 89,5% обеспечили предприятия оборудованием и необходимыми средствами защиты.

Таблица 1

Перечень вопросов	Да	Нет	Частично
Есть ли у вас информация от Министерства труда, здравоохранения и социальной защиты, а также Всемирной Организации Здравоохранения, о рекомендациях для предотвращения распространения инфекции COVID-19, вызванной новым вирусом (SARS-CoV-2)?	68,4%	23,7%	7,9%
Проинформировали ли Вы персонал и провели его обучение о путях распространения, мерах предотвращения инфекции (COVID-19)?	92,1%	2,6%	5,3%
Назначили ли Вы сотрудника (менеджера), который контролирует и несет ответственность за проведение мер по предотвращению распространения инфекции COVID-19?	44,7%	36,8%	17,4%
Разместили ли Вы на рабочих местах знаки и плакаты, которые будут информировать, напоминать и предупреждать Ваших сотрудников/третьих лиц о необходимых мерах предосторожности, например: «Посторонним вход запрещен»; «Соблюдайте безопасное расстояние не менее 1 метра»; «Часто мойте и/или дезинфицируйте руки»; «Используйте средства индивидуальной защиты» и т.д.?	89,5%	2,6%	7,9%
Произвели ли Вы оснащение Вашего предприятия и/или Ваших площадей оборудованием и средствами, необходимыми для предотвращения распространения инфекции COVID-19?	78,4%	8,1%	4,5%
Проводите ли Вы термоскрининг своих сотрудников/третьих лиц?	57,9%	13,2%	28,9%
Есть ли у Вас информация об основных симптомах заболевания, вызванных коронавирусом (SARS-CoV-2), таких как: лихорадка, головная боль, кашель, диарея, боли в мышцах и суставах, потеря вкуса и запаха?	94,7%	0 %	5,3%
Имеется ли у Вас план действий на случай обнаружения человека с COVID-19 в зоне Вашей ответственности?	76,3%	10,5%	13,2%

Средства индивидуальной защиты, которыми обеспечены сотрудники опрошенных плодоовощных компаний



Мы также опросили представителей плодоовощного бизнеса на предмет того, какие профилактические мероприятия они провели при работах в поле, садах, теплицах и складах. Вопросы и ответы отображены в **Таблице 2**

Таблица 2

Перечень вопросов	Да	Нет	Частично
В случае двадцати и более сотрудников контролируете ли Вы состояние здоровья каждого из них измерением температуры перед началом работы?	81,6%	18,4%	0%
На одной рабочей площадке рекомендуется работа не более 10 человек, с безопасным расстоянием - не менее 2 м, следуете ли Вы этой рекомендации?	63,2%	2,6%	34,2%
При работе в открытом пространстве пользуются ли члены семьи и сотрудники (при наличии – и наемные работники) средствами защиты от коронавируса?	78,9%	2,6%	18,4%
Размещены ли на территории крытые урны с педалью, с одноразовыми целлофановыми пакетами внутри, для использованных средств индивидуальной защиты, и производится ли утилизация этих отходов с соблюдением соответствующих правил (использование одноразовых перчаток, удаление завязанных пакетов соответствующими лицами и/или службами)?	55,3%	15,8%	28,9%
При использовании сезонных, наёмных работников производите ли учёт следующей информации (отметьте): имя и фамилия работника, контактная информация, дата найма, результаты термоскрининга, информация о симптомах инфекции COVID-19?	56,8%	27%	16,2%
Во время проведения агротехнологических работ, в случае обеспечения работников пищевыми продуктами и оборудования места их приёма, предусмотрены ли нижеприведённые условия (отметьте): возможность соблюдения дистанции персоналом и работниками; проветривание; дезобарьер; дезинфекция поверхностей; раковины, оборудованные жидким мылом и бумажными салфетками; урны; средства для дезинфекции рук.	72,2%	16,7%	11,1%
Выделено ли у Вас место для курения? Есть ли знаки,	81,6%	10,5%	7,9%

позволяющие работником соблюдать безопасное расстояние?			
Дезинфицируете ли Вы поверхности при использовании рабочих инструментов и оборудования?	59,5%	2,7%	37,8%
В случае использования услуг дистрибьюторов (подача удобрений, средств защиты растений, пищевых контейнеров и др., также при продаже продукции) выполнены ли необходимые требования?	65,7%	8,6%	25,7%

Профилактические действия при использовании транспортных средств:

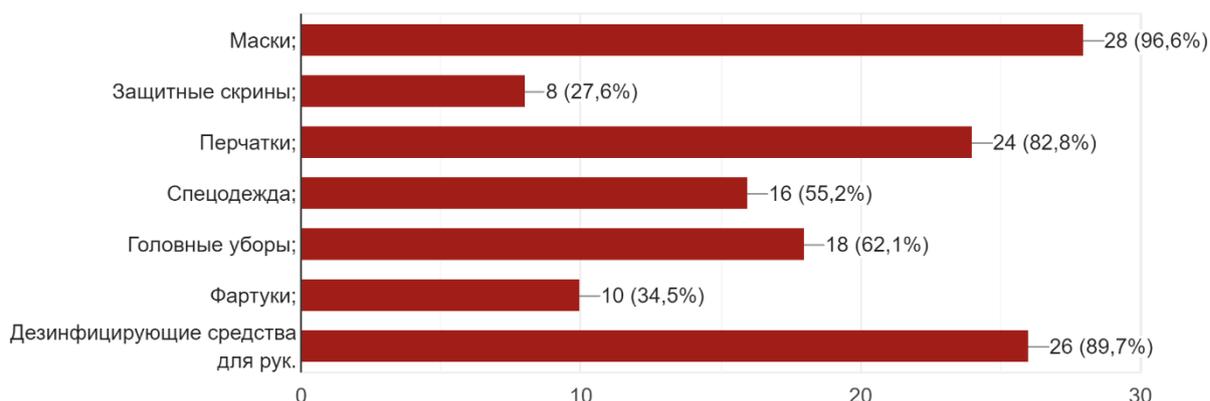
Перечень вопросов	Да	Нет	Частично
В случае перевозки персонала обеспечено ли увеличение расстояния между пассажирами (до не менее 1 м)?	55,9%	5,9%	38,2%
Обеспечили ли Вы изоляцию (по мере возможности) водителя от остальных пассажиров и его снабжение предметами личной гигиены?	58,8%	8,8%	32,4%
Оборудовали ли Вы транспорт средствами для дезинфекции рук?	76,5%	14,7%	8,8%
Увеличили ли Вы количество перевозок, чтобы уменьшить количество пассажиров при каждой перевозке?	54,5%	9,1%	36,4%
Увеличили ли Вы количество мойки/дезинфекции транспортных средств и поверхностей, к которым часто прикасаются пассажиры?	58,8%	23,5%	17,6%
Обеспечили ли Вы распространение информации о дыхательном этикете - прикрывать рот и нос согнутым локтем при кашле или чихании, по возможности не дотрагиваться до глаз, носа и рта, о правилах ношения масок и необходимости мыть или дезинфицировать руки после пользования транспортом?	91,2%	0%	8,8%

Послеборочные профилактические мероприятия

74,3% из всех опрошенных представителей плодоовощного бизнеса занимаются обработкой урожая, в основном, это сортировка и упаковка.

В случае непосредственной обработки урожая в поле и/или во временных сараях открытого типа, 75% из этой группы используют средства индивидуальной защиты: в большей мере – маски, перчатки и дезинфицирующие средства для рук, и в меньшей степени – защитные экраны, спецодежду и фартуки.

Средства индивидуальной защиты, которые используют сотрудники во время обработки урожая



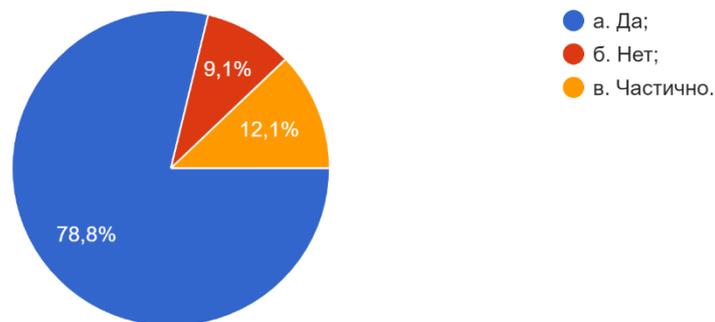
78,8% из тех, кто занимается обработкой урожая, соблюдают специальные требования при обработке/размещении урожая в капитальном здании, а именно:

- соблюдение персоналом безопасной дистанции;
- соответствующая естественная вентиляция, проветривание;
- дезобарьер и/или возможность замены обуви, использования бахил;
- дезинфекция поверхностей;
- правильно оборудованные умывальники (жидкое мыло, полотенца для рук);
- дезинфицирующие средства для рук.

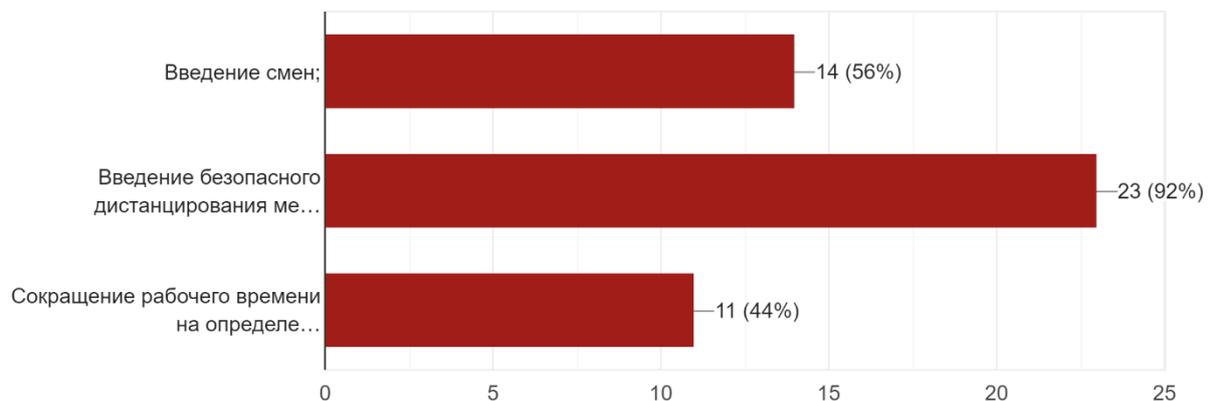
Всего лишь 43,8% опрошенных обеспечили санитарные перерывы для сотрудников каждые два часа, но при этом 83,3% позаботились о наличии демонстрационных материалов, поощряющих безопасное дистанцирование, ношение средств индивидуальной защиты или их правильное использование, информируют и повышают осведомленность о важности использования этих средств для остановки распространения инфекции (COVID-19) нового коронавируса (SARS-CoV-2). Плакаты обеспечили распространение информации о дыхательном этикете: прикрывать рот и нос согнутым локтем при кашле или чихании и по возможности не дотрагиваться до глаз, носа и рта, о правилах ношения масок и о необходимости мытья или дезинфицирования рук после их удаления (смены).

Перечень вопросов	Да	Нет	Частично
Обеспечена ли возможность оставить одежду, используемую сотрудниками, в рабочей зоне и при необходимости постирать и продезинфицировать ее?	60%	16,7%	23,3%
Увеличили ли Вы количество мойки/дезинфекции рабочих площадей/мест, сортировочно-упаковочных конвейерных линий, а также часто касаемых поверхностей?	51,7%	6,9%	41,4%
Изменились ли условия работы в случае использования сортировочно-упаковочных конвейерных линий?	53,3%	16,7%	30%

Процент соблюдения санитарных требований плодоовощными компаниями при обработке/размещении урожая в капитальном здании

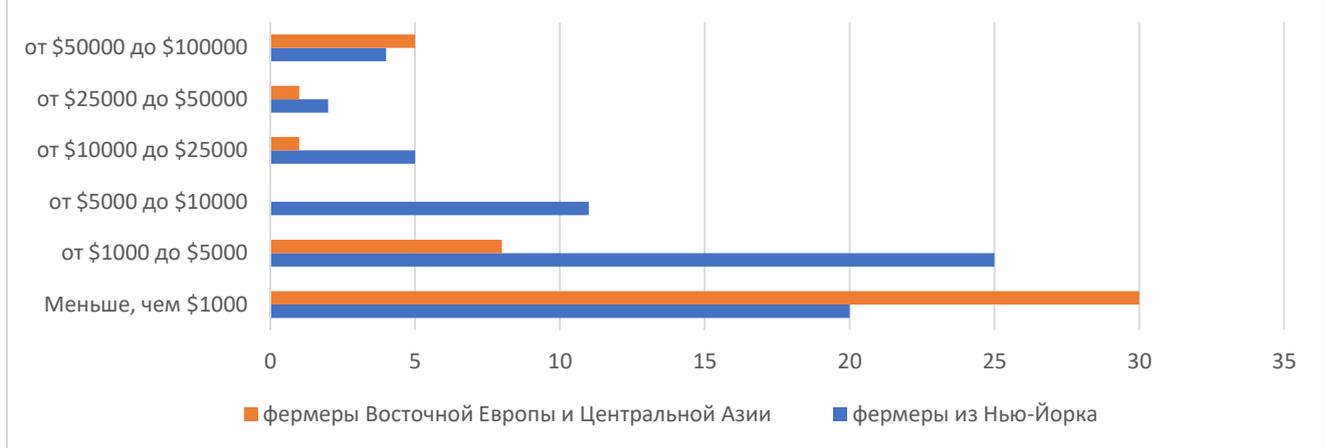


53,3% респондентов утверждают, что условия работы конвейерных линий изменились при внедрении мер предотвращения распространения COVID-19. 30% ответили, что условия изменились лишь частично, в 16,7% заявили, что ничего не изменилось, и конвейерные линии работают в прежнем режиме. Основные изменения, которые произошли в процессе работы: введение смен, введение безопасного дистанцирования между сотрудниками, сокращение рабочего времени на определенных позициях.



В ходе исследования мы попытались сравнить действия фермерских хозяйств выбранных стран (по результатам опроса) с хозяйствами из Нью-Йорка. Руководители фермерских хозяйств из Нью-Йорка в ходе опроса «Действия фермерских хозяйств в условиях COVID-19», который проводил Корнельский колледж сельского хозяйства и наук о жизни, также оценивали прямые затраты на меры по предотвращению COVID-19. Самая большая группа менеджеров оценила эти затраты в сумму от \$1000 до \$5000, в то время как следующая по величине группа сказала, что они составляют менее \$1000. Меньшее количество респондентов оценило свои затраты как более высокие – в размере \$50 000 ([Richard Stup, 2020](#)). В регионе Восточной Европы и Центральной Азии среди опрошенных представителей плодоовощного бизнеса было около 40 предприятий, которые считали свои затраты на меры по предотвращению COVID -19. Большинство из них потратило меньше, чем \$1000, 8 предприятий - от \$1000 до \$5000, 5 предприятий инвестировали от \$50 000 до \$100 000 на диверсификацию своего бизнеса.

Затраты фермеров на оборудование, процессы, персонал, управленческие изменения для предотвращения Covid-19



Сравнив результаты опросов в разных регионах, нужно отметить тот факт, что все представители плодоовощных компаний стараются максимально придерживаться стандартных мер профилактики COVID-19. Представителям компаний стран СНГ, в отличие от зарубежных, не хватает поддержки специалистов, государственных программ и четких руководств по управлению компанией в условиях пандемии на каждом из этапов цепочки плодоовощного бизнеса.

ВЫВОДЫ

Представители плодоовощных компаний, которые приняли участие в данном опросе, помогли нам получить некоторое представление о том, с какими трудностями они столкнулись и какую работу они проделали для внедрения и реализации мер профилактики COVID-19 на своих предприятиях.

Но в то же время результаты этого исследования призывают всех представителей плодоовощных компаний обратить еще большее внимание на противостояние влиянию коронавируса на плодоовощной бизнес путем поиска новых альтернативных рынков, изучения и использования маркетинговых инструментов, поиска альтернативных продуктов для выращивания, реализации и переработки, а представителям государственных структур - спланировать более эффективную отраслевую поддержку, включающую: информирование, обеспечение средствами дезинфекции, разработку и предоставление страховых программ, кредитов.

Результаты исследования показали, что лишь несколько предприятий пользовались услугами специалистов или специализированных учреждений, чтобы определить риски, связанные с пандемией и создать план действий по их снижению. Обращения за помощью были в Центр по государственному санитарно-эпидемиологическому надзору города Исфары, Международный центр картофеля, USAID, сельскохозяйственные ведомства, а также к специалистам Продовольственной и сельскохозяйственной организации (ФАО). Но при этом все опрошенные компании подчеркивают необходимость программ поддержки от правительственных структур, четких рекомендаций относительно того, как действовать в определенных ситуациях и на определенных этапах цепочки плодоовощного бизнеса.

Основные моменты, которые были выявлены в ходе исследования:

- ✓ затраты одной компании на средства защиты составляют, в среднем, от \$580 до \$1000;
- ✓ большинство плодоовощных компаний оценивают влияние пандемии на их бизнес негативно — это снижение выручки от 10% до 60%;
- ✓ те предприятия, которые быстро отреагировали и диверсифицировали свой бизнес в переработку, изучили реакцию потребителей, видоизменили упаковку и фасовку, настроили реализацию продукции через интернет, смогли повысить свою прибыльность на 10-15%;
- ✓ компании, которые быстро нашли альтернативные рынки сбыта продукции и сориентировались на экспорт, повысили свою прибыльность на 30%;
- ✓ предприниматели, которые уделили должное внимание персоналу, смогли без потерь сработать в карантинный период;
- ✓ 92,1% компаний проинформировали обучили персонал мерам предотвращения инфекции, 89,5% обеспечили предприятия оборудованием и необходимыми средствами защиты.

Также нужно отметить тот факт, что на мировом рынке появилась новая должность - «менеджер по борьбе с COVID – 19». Этот человек отвечает за разработку всех возможных следующих шагов в компании касательно работы в условиях пандемии, включая предоставление средств индивидуальной защиты и обеспечение мер защиты, в то время как всего лишь 5 компаний из опрошенных в нашем регионе 70 назначили отдельного сотрудника для работы, связанной с профилактикой COVID-19.

Человечество постоянно подвергается всевозможным вызовам – от погодных катаклизмов, влияющих на работу сельскохозяйственного сектора, до разного рода пандемий. Поэтому мы должны научиться быстро реагировать на все вызовы, использовать уже имеющийся опыт, привлекать необходимых специалистов для обеспечения органичной жизнедеятельности в данных условиях.

Список использованных публикаций:

CBI, Ministry of the Foreign Affairs. 2020. How to respond to COVID-19 in the Processed Fruit, Vegetables and Edible Nuts sector [online]. [Cited 30 March 2021]. <https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/how-respond-covid-19-processed-fruit>

Timothy J. Richards, Bradley Rickard. 2020. COVID-19 impact on fruit and vegetable markets. doi: 10.1111/cjag.12231. [online]. [Cited 30 March 2021]. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7264629/>

European Food Safety Authority. 2020. Coronavirus: no evidence that food is a source or transmission route [online]. [Cited 30 March 2021]. <https://www.efsa.europa.eu/en/news/coronavirus-no-evidence-food-source-or-transmission-route>

Serpil Aday, Mehmet Seckin Aday. 2020. Impact of COVID-19 on the food supply chain. [Cited 30 March 2021]. [online] <https://doi.org/10.1093/fqsafe/fyaa024>

В. Башинский. 2021. Презентация рекомендаций ФАО ООН по предотвращению распространения COVID-19 и по обеспечению бесперебойной работы предприятий отрасли в условиях жесткого карантина. [видео]. [Cited 30 March 2021]. <https://www.youtube.com/watch?v=kX-yvG308Vg>

CBI, Ministry of the Foreign Affairs. 2020. How to respond to COVID-19 in the fresh fruit and vegetables sector. [online]. [Cited 30 March 2021]. <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/how-respond-covid-19-fresh-fruit-and-vegetables-sector>

Richard Stup. 2020. COVID-19 prevention efforts by New York farmers. [online]. [Cited 30 March 2021]. <https://cpb-us-e1.wpmucdn.com/blogs.cornell.edu/dist/7/8192/files/2020/11/COVID-19-Producer-Action-Summary-Report.pdf>