

**УКРАЇНСЬКІ ПРОДОВОЛЬЧІ ТОВАРИ У СВІТІ**

**Тематична добірка. Випуск 15**

**Центральна науково – технічна бібліотека харчової і переробної промисловості України**

[**www.cntb.com**](http://www.cntb.com) **тел. (044) 279-85-78**

[**cntbhpp@gmail.com**](mailto:cntbhpp@gmail.com) **факс: (044) 279-63-44**

**2020 рік**

**З М І С Т**

**Трофимцева О. Модернізувати квоти: на чому варто зосередитися Україні**

**у торгових переговорах з ЄС…………………………………………………………….3**

# Україна наростить експорт аграрної продукції — торговий представник……5

# США збільшили імпорт українського меду майже вдвічі………………………..6

# Як українським аграрним компаніям захопити і нагодувати світ………………6

**Для конкурентності в ЄС українським садівникам не вистачає системності..10**

**Україна з початку року експортувала агропродукції на $5,7 мільярда………11**

# Исторический максимум: Украина рекордно экспортировала подсолнечное

# масло в апреле…………………………………………………………………………….12

**Донбасские яблоки впервые отправились в ОАЭ…………………………..……12.**

**Модернізувати квоти: на чому варто зосередитися Україні у торгових переговорах з ЄС**

Україна готується до переговорів з ЄС про модернізацію умов нашої двосторонньої торгівлі. І в цьому контексті варто вже зараз визначитися, в чому полягають наші ключові інтереси у подальшій лібералізації торгівлі з Євросоюзом.

Переважну більшість товарних позицій агропродовольчого блоку Україна може експортувати до країн ЄС за нульовою ставкою імпортного мита. Поряд із цим, для 36 категорій товарів передбачено застосування безмитних імпортних тарифних квот. Йдеться про такі продукти, як яловичина, свинина, баранина, м’ясо птиці, окремі види молочної продукції, зернові, висівки, мед, цукор, крохмаль, гриби, часник, солод, виноградний і яблучний соки, вершкове масло, цигарки, етанол, яйця тощо.

Якщо говорити про імпортні тарифні квоти як класичний інструмент торговельної політики, які фактично являють собою дворівневий імпортний тариф та були запроваджені свого часу в рамках СОТ для заміщення нетарифних методів регулювання торгівлі на сільськогосподарську продукцію і які були покликані надати "мінімальний рівень доступу до ринку" розвинутих країн, то свого часу, в рамках Уругвайського раунду перемовин, на початку 2000-х років, вони дали свій позитивний ефект щодо доступу на аграрні та продовольчі ринки.

Звісно, подібні торговельні інструменти є кроком, який дозволяє ЄС захистити власного аграрного виробника та його добробут. Проте варто зосередитися на аналізі ефективності використання квот українськими виробниками та експортерами. І не стільки з точки розу поточного стану, скільки з точки зору еволюціонування Угоди про ЗВТ та майбутніх перемовин щодо умов її дії. Не втомлююся повторювати і наголошувати: до перегляду Угоди у 2021 році вітчизняний АПК має бути підготовлений, ми вже сьогодні маємо робити домашнє завдання. І в даному випадку краще говорити мовою цифр.

**Епізод перший**. Україна є одним з найбільших світових постачальників меду. У минулому році, найгіршому за три останніх сезони для цього сегмента ринку, країна з 49,4 тис. т зайняла п’яте місце у глобальному рейтингу експортерів меду.

Увага! Більш ніж три чверті всіх поставлених обсягів меду припадає на країни ЄС.

Так, минулого року при поставках до ЄС діяли наступні безмитні квоти для меду: основна річна на рівні 5,4 тис. т та дві додаткові по 2,5 тис. т (1 жовтня 2017 р. — 30 вересня 2018 р.; 1 жовтня 2018 р. — 30 вересня 2019 р.). За даними Eurostat, загальний обсяг поставок меду з України становив 37,9 тис. т, з них через безмитні квоти експортовано 12,2 тис. т за ціною 2007 євро/т, а поза квотою — 25,6 тис. т за ціною 1935 євро/т плюс імпортний тариф як для інших третіх країн - 17,3%. З урахуванням дії квоти, шляхом нескладних розрахунків, доходимо висновку, що середнє митне навантаження складає 11,6%.

**Епізод другий.** Аналогічна ситуація спостерігається і при експорті до ЄС оброблених томатів.

Основна квота – 10 тис. тонн, додаткова – 3 тис. тонн (діє за аналогією з медом: 1 жовтня 2018 р. — 30 вересня 2019 р.). Дані Eurostat оцінюють загальний експорт з України у 40,6 тис. т: за квотами – 13,6 тис. т, за ціною 746 євро/т, поза квотою – 27,0 тис. т, за ціною 672 євро/т плюс імпортний тариф 14,4%. Середньозважений тариф з урахуванням безмитної квоти складає 9,2%.

Але тарифні квоти на такому важливому для українських виробників ринку збуту, як ЄС, що діють чи то за принципом "перший прийшов, перший отримав", чи то за принципом ліцензування – це не лише нижчий тариф, це ще й опосередкований вплив на наш внутрішній ринок того чи іншого виду продукції, особливо коли йдеться про ринки, де переважають малі виробники.

Тарифна квота може бути однією з причин викривлення цінової ситуації на ринку, провокуючи експортерів на масовані ринкові операції з метою отримання першочергового доступу до обсягів квоти.

**Епізод третій**. Ще один приклад, на який я хотіла б звернути увагу: тарифна квота на крохмаль кукурудзяний оброблений, яка на 2019 рік складає всього лише 1600 т (зі збільшенням до 2000 т у 2021 році) і зазвичай вибирається Україною вже в перші три місяці року.

Тариф поза квотою є досить високим (від 8,3% від вартості плюс 8,9 євро/100 кг до 9% від вартості плюс 17,7 євро/100 кг залежно від тарифної лінії). При цьому імпортна тарифна квота на сировину для вироблення крохмалю є більш щедрою. Відповідно, на мою думку, варто замислитись, чи не є більш доцільним для України з точки зору стимулювання довшого виробничого ланцюга всередині країни говорити з європейськими колегами про **можливості модуляцій цих двох квот і розширення можливостей для українського виробника**експортувати продукт з доданою вартістю до ЄС?

Ми будемо раді вітати європейські інвестиції в потужності з виробництва крохмалю в українських регіонах з метою його експорту до ЄС та третіх країн.

Наявність безмитних квот в торговельних відносинах з ЄС для певних категорій товарів, безумовно, є певним бонусом на початкових етапах виходу на ринок. Окрім цього, можливість отримати навіть мінімальний рівень безмитного доступу до ринку ЄС може стимулювати українських виробників впроваджувати відповідні зміни у своїх виробничих практиках та технологічних процесах, підвищувати стандарти управління безпечністю та якістю продукції, щоб зрештою отримати необхідні дозволи на експорт до країн Європейського Союзу. Насамперед, це стосується м’ясної продукції: яловичини, баранини, свинини. Виробники м’яса птиці вже проходили цей шлях та оцінили ємність та привабливість європейського ринку. І якщо невикористання квот на більшість м’ясної продукції (окрім м’яса птиці) пояснюється відсутністю на сьогодні доступу до ринку, то щодо інших товарних груп є питання.

Практично не були використані з 2016 року і квоти у 2,5 тис. тонн на цигарки. Подібна ситуація з додатковою квотою у 500 тонн на виноградний сік та гриби (дві квоти по 500 тонн).

Логічне запитання: в чому причини невикористання українськими виробниками цих квот?

Економічна недоцільність чи недостатня робота щодо просування продукції? Наостанок хочу зачепити ще одне важливе для України питання. Окремі квоти включають дуже широку товарну номенклатуру, через що експортерам деяких видів продукції неможливо вийти на ринок через масовані поставки інших товарних позицій. Яскравим прикладом може бути квота "Пшениця м’яка, пшеничне борошно та гранули".

Пшениця та борошно - це два окремих ринки зі своїми правилами та умовами функціонування. У цьому і полягає специфіка, адже ринки потребують окремого підходу. Тому, повертаючись до перегляду Угоди з ЄС у 2021 році, у перемовинах з європейською стороною **варто ставити питання про відокремлені безмитні обсяги саме для борошна**. Існуючі аналітичні студії щодо імпортних тарифів вже показували, що найкращим механізмом подальшої лібералізації торговельних відносин між країнами, які застосовують тарифні квоти в аграрній торгівлі, є **зниження рівня імпортних тарифів поза квотою.**

Розширення розміру тарифної квоти не є таким ефективним.

Загалом, якщо розглядати імпортні тарифні квоти ЄС на всі 36 товарних позицій продукції АПК з України, то потрібно ретельно проаналізувати по кожній тарифній лінії, що найбільше обмежує наших виробників: сам розмір квоти, тариф в рамках квоти, тариф поза квотою, механізм розподілу квоти...

Відповідно до результатів аналізу варто пропонувати обґрунтовані варіанти модифікації торговельних режимів для тих чи інших видів продукції: можливо, для деяких товарних груп можна спробувати прибрати тарифні квоти і замінити їх зниженим імпортним тарифом? Можливо, для іншого продукту варто говорити про розширення обсягу тарифної квоти чи зміну механізму її адміністрування?

У будь-якому разі детальний аналіз та підготовка пропозицій щодо подальшої лібералізації двосторонньої торгівлі з ЄС має стати нашим основним завданням на 2020 рік.

<https://www.eurointegration.com.ua/experts/2019/12/18/7104326/>

# Україна наростить експорт аграрної продукції — торговий представник

**Україна планує збільшити обсяги експорту аграрної продукції, можливостей для цього наразі достатньо.**

Про це заявив торговельний представник України Тарас Качка. «Україна буде активно співпрацювати з іноземними державами щодо додаткових експортних поставок аграрної продукції для потреб продовольчої безпеки цих країн. На основі наших даних українські посольства будуть вести діалог з урядами інших держав про такі поставки», — повідомив він. За його словами, наразі в України достатньо можливостей для того, аби збільшувати експорт аграрної продукції і, при цьому, мати вдосталь цієї продукції на внутрішньому ринку, аби уберегтися від дефіциту.

«Міністерство веде постійну роботу з оцінки балансів продовольства. Останні кілька тижні ця робота велася ще прискіпливіше і ретельніше. Тому ми точно впевнені, що можемо і далі забезпечувати безперебійний експорт», — додав Качка.

За його словами, роботу на збільшення експорту мають забезпечувати приватні компанії, які будуть координуватися з урядом. Раніше стало відомо, що уряд та аграрні компанії домовилися обмежити експорт зернових у цьому маркетинговому році, який закінчується 30 червня, [до 20,2 мільйона тонн](https://hromadske.ua/posts/uryad-ta-biznes-domovilisya-obmezhiti-eksport-zerna). Потреби держави у зернових складають 4,8 мільйона тонн. 7 квітня 2020 року у Мінекономіки повідомили, що Україна [скоротила обсяги експорту](https://hromadske.ua/posts/v-ukrayini-spovilnilisya-tempi-eksportu-pshenici-minekonomiki)  агропродукції.

Зазначимо, що експорт зернових — одна з найбільших статей експорту України, який приносить державі до 40% валютної виручки та сприяє фінансовій стабільності. Тому зменшення експорту зернових може завдати суттєвої економічної шкоди.

<https://hromadske.ua/posts/ukrayina-narostit-eksport-agrarnoyi-produkciyi-torgovij-predstavnik>

# США збільшили імпорт українського меду майже вдвічі

**За чотири місяці 2020 року США наростили імпорт українського меду на 88% – з $2,9 млн до $5,5 млн. повідомляє “ПроАгро Груп”. Про це пише** [agronews.ua](https://agronews.ua/).

Загалом Україна з початку року експортувала 22,553 тис. тонн меду натурального на суму $36,5 млн, що у грошовому вимірі на 12,8% більше, ніж за аналогічний період минулого року. Істотно зріс експорт вітчизняного меду у квітні цього року, коли його було поставлено на зовнішні ринки на суму $12,5 млн (для порівняння, у січні – на $5,6 млн). Країни ЄС на 2,5% наростили імпорт українського меду (з $27,6 млн до $28,3 млн), країни Азії – на 50% (з $1,6 млн до $2,5 млн).

Лідирує за обсягами закупівлі цієї продукції у звітному періоді Німеччина, частка якої становить 20%, а сума закупівель – $7,6 млн (на 12% менше, ніж у січні-квітні 2019-го). На другому місці – Польща із часткою 18% і сумою закупівель $6,9 млн (на 66,5% більше, ніж за перші чотири місяці минулого року). На тетій позиції – Бельгія із часткою 16% і сумою закупівель $5,9 млн (на 10% менше, ніж торік за аналогічний період. Незначну кількість меду в Україні купують країни Африки, і за січень-квітень цього року вони на 6% скоротили його імпорт – з $118,5 тис. до $111,3 тис.

<https://agronews.ua/news/ssha-zbil-shyly-import-ukrains-koho-medu-mayzhe-vdvichi/>

# Як українським аграрним компаніям захопити і нагодувати світ

**Поки природні ресурси вичерпуються, населення планети невпинно росте. До кінця 2050 року нас буде близько 9,7 млрд, а ще за 50 років – більш як 11 млрд. Постає амбіційне запитання: як Україні стати головним годувальником планети?**

**Пустіть за поріг**

Основна тема, над якою наразі розмірковують аграрії – це тема землі. А все тому, що сьогодні великі агрохолдинги зіткнулися з проблемою подолання порога продуктивності: скільки б грошей вони не вкладали в землю (добрива, хімікати, насіння), урожайність росте лише до певного моменту, а потім настає стадія так званого «плато». У випадку України ця ситуація погіршується також через здирницьке ставлення до земель у минулому. В цьому плані невеликі фермерства завжди були більш зрілими: вони не виснажували ґрунти, думаючи категоріями сезону, а дбали про землю, щоб залишити її онукам і правнукам. Що ж, доводиться визнати, що які б класні чорноземи у нас не були, дбати про них усе ж потрібно. Дбати і пізнавати. Наразі вже почали створювати карти полів, аналізувати стан ґрунту: наскільки він пухкий, який вміст корисних речовин, яка флора. Ці дані поки що є фрагментарними, їх мало, вони не враховуються системно. По суті, тільки агроном знає на смак і колір ту ділянку землі, яку він обробляє. Точне землеробство – це прекрасно, дрони і знімки із супутників – просто must have. Проте проблема підвищення продуктивності агровиробництва є системним питанням. І підходити до нього треба через комплексне планування та контроль, через [оптимізацію та цифровізацію бізнес-процесі**в**](https://itelligencegroup.com/ua/sap-s4hana-for-food/)– тобто з концепцією intelligent enterprise (розумного підприємництва). Отже, що нам потрібно змінити, щоб показати всьому світу блиск пшеничного колоса чи протеїнову силу яйця?

**Село і люди**

Цифровізація цифровізацією, але починається все не з цього. Розрахувати кількість добрив чи нагодувати худобу може й автоматика, але біля керма повинна стояти людина. І чим складнішим є алгоритм керування підприємством, тим якіснішим має бути трудовий ресурс, що нею управляє. З відкриттям кордонів аграрії безпосередньо зіткнулися з проблемою нестачі інтелектуального фонду – кваліфіковані кадри почали виїжджати за кордон. Питання «чим заманити фахівців у село?» було завжди, але наразі воно стоїть ще гостріше. Наші агрокомпанії конкурують за мізки – і не тільки фінансово, але й через умови праці, технології, налагоджені процеси. Інші країни це вже переросли, тому в той час як наші фахівці виїжджають до Болгарії та Польщі (і не завжди легально), місцеві аграрії вже давно працюють на полях Англії та Німеччини.

На наших же полях залишаються лише ті, хто задіяний у ручній праці. Отже, маємо таку статистику: в Америці тільки 2% населення працюють в агровиробництві – і вони повністю забезпечують внутрішні потреби, ще й експортують, а в Україні їх 17,5% лише за офіційними даними. Водночас тільки кожний сьомий із працівників вітчизняної агросфери має повну вищу освіту. Причини слід шукати в різних підходах. У розвинутих країнах витрати на підготовку кваліфікованого працівника у два з половиною рази більші, ніж на матеріальне оснащення одного робочого місця. У нас працівник зазвичай розцінюється не як джерело унікальних компетенцій і конкурентних переваг, а як один із факторів виробництва, який збільшується пропорційно до зміни площ сільськогосподарських угідь і залученої техніки. Отже, разом з покращенням умов роботи в сільському господарстві слід переглянути й саму суть трудового ресурсу.

**Паспорт для Мілки**

Тоді як ще не всі наші кадри працюють легально, корови Швейцарії мають не тільки власні паспорти, а й детально прослідкований родовід. Це також стосується продуктів харчування рослинного походження – чи не кожний колосок має свій паспорт та інформацію з приводу того, на якому полі, яким фермером і яким способом його вирощено. Всі дані збираються з пристроїв технологією інтернета речей (IoT). Одним з перших кроків до українського traceability (простежування) стала стаття 22 Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». Згідно з нею, кожен оператор ринку має визначити, які партії сировини та від якого виробника він отримав і кому ці партії готової продукції відправив. На наших полицях уже можна зустріти товари з простежуванням. Наприклад, є проект фермерських овочів і фруктів «Ферма». Продукція містить маркування з інформацією про конкретного фермера, його адресу, дату та час фасування. (пруф) «Це й не дивно,– вважає **Ольга Трофімцева**, екс-заступник міністра АПП України з євроінтеграції. – Виробники органічної продукції здебільшого орієнтовані на експорт, тому мають відповідати міжнародним нормам».

Що це дає самому підприємству?Можливість підвищити маржу та розширити ринок збуту – без такої прозорості ви просто не зможете показати весь ланцюжок поставок і отримати необхідний сертифікат. Також існує конкуренція між супермаркетами за ексклюзив, отже, компанія стає більш конкурентоспроможною в сегменті B2B. Для кінцевого покупця це гарантує впевненість у якості й безпеці, що є додатковою перевагою. А ще виробник може швидко відстежити та відкликати окремі партії, якщо вони викликають сумніви, і зберегти свою репутацію.

**Кому могильник, а кому біогаз**

Екологічність – це вже не просто данина світовій моді, а необхідна умова для сталого розвитку виробництва, так званого sustainability. В агророзрізі це означає зниження та переробку викидів, застосування енергозберігаючих технологій та управління екологічними ризиками. Сьогодні вже застосовуються технології очищення води бактеріями, виготовлення біопалива із соняшникового лушпиння, отримання енергії завдяки сонячним панелям на дахах, очищення викидів сосновою щепою, видобуток біогазу з курячого посліду. І це не якісь далекі європейські агрохолдинги, а вітчизняний МХП. (пруф). На жаль, у своїй ментальній зрілості він у меншості, тому з новин ми частіше дізнаємося не про нові «зелені» розробки для агропромисловості, а про локальні екологічні катастрофи, як от могильники курчат чи отруєння бджіл китайськими хімікатами. І такі моменти, подібно пазлам, складають негативну екологічну картину в Україні в цілому.

У цивілізованих країнах такі інциденти взагалі неприпустимі, оскільки існує чіткий контроль усіх процесів та етапів виробництва, перевіряються походження сировини та добрив, репутація постачальників – і над усім цим панує жорсткий контроль з боку держави. Натомість у нас законодавство є значно ліберальнішим, а контролюючих органів менше. У цілому вітчизняні аграрії не стільки замислюються над екологічними ризиками, скільки борються з їх наслідками. Проте випадковостями потрібно керувати, а ризики – оцінювати. І для цього, в тому числі, потрібні цифрові системи. **Наприклад,** [сучасні ERP](https://itelligencegroup.com/ua/sap-s4hana-for-food/) **мають власний модуль охорони навколишнього середовища і безпеки праці: норми, протоколи, управління викидами, керування інцидентами і доступами до небезпечних хімічних об’єктів**

**Гра у FMCG: переможець забирає все**

З кожним роком межі між виробниками і кінцевими споживачами стоншуються. Навіть сільгоспвиробник намагається налагодити прямий зв’язок зі своїм споживачем. Фокус зсувається з переробки первинної сировини на розвиток власних торгових марок. Це новий тренд по всьому світу. Адже споживач хоче бачити звідки він/вона отримує продукт. В якому регіоні і за яких умов він був вирощенний і переробленний. Як саме проводилась обробка і підготовка. Реалізація цього можлива лише за наявності обліку і контролю на кожному етапі – від поля до столу. Така ситуація вимагає стратегічних поглядів та інвестицій, але шкурка варта вичинки, адже маржа тут більша. А ще це глобальна конкуренція, жорсткі сертифікації та боротьба маркетингових капіталів. **Щоб і нашим аграріям успішно потрапити на це свято прибутку, важливо мати**[**технологічні та інтегровані інформаційні рішення,**](https://itelligencegroup.com/ua/sap-s4hana-for-food/)**які зможуть забезпечити якісний клієнтський досвід.**

**Цифрове фермерство**

На нашому ринку існує стереотип, що вся ця новомодна автоматизація є доречною лише для великих компаній, а для малих і середніх вона є неважливою або непідсильною. Мовляв, краще купити новий трактор, ніж вкладатись у програмне забезпечення, та ще й витрачатися на його запровадження та навчання персоналу. Проте в оцінці переваг цифровізації більшу роль відіграє не стільки розмір бізнесу, скільки ментальна зрілість. Наприклад, середній клієнт постачальника цифрових бізнес-систем SAP у Німеччині – це невелика компанія з банком землі у 100 га та з оборотом 10 млн євро на рік. В Україні[ERP](https://itelligencegroup.com/ua/sap-s4hana-for-food/)від SAP упроваджують агробізнеси з оборотом від 50 млн євро, і це зрілі компанії зі сформованим парком основних засобів. Вони вже розуміють, що зростання забезпечується не через злиття і поглинання, політичні ігри або дотації від уряду, а через підвищення ефективності бізнес-процесів, – але це всього близько 10% усіх агропідприємств.

[ERP-ядро від SAP + рішення it.food – це доступний для українських виробників їжі спосіб підвищити прибутковість компанії і обійти конкурентів в умовах цифрової економіки](https://itelligencegroup.com/ua/sap-s4hana-for-food/)

У Європі більшість агрокомпаній розуміють, що логістика, виробничі операції, ефективне використання парку техніки і своїх земель – це основа зростання. Отже, оптимізація через автоматизацію є життєво необхідним кроком.

**Цифровізація чи забуття**

Згідно з власною оцінкою SAP (виходячи з penetration rate на ліцензії й технології), Україна має нижчу адаптивність до IT-технологій в агросфері, ніж Латинська Америка та навіть Африка. За словами **Рудольфа Гельфанда, керівник агро напрямку SAP Україна**, одна з причин полягає в тому, що хоча IT – це драйвер ефективності в аграрних технологіях, проте щоб його використовувати на 100%, потрібен не рік і не два: необхідно створити банк своїх земель і техніки, нормативні довідники, каталоги, слід накопичити історію і почати цією історією користуватись у плануванні агровиробництва.

[**itelligence – єдиний в Україні SAP-консультант із власним локалізованим галузевим рішенням для продовольчого бізнесу**](https://itelligencegroup.com/ua/sap-s4hana-for-food/)

**До повної цифровізації можна йти двома шляхами.**Перший – поступово маленькими проєктами закривати великі процеси. Другий – повна цифрова трансформація підприємства та реінжиніринг бізнес-процесів. Обидва шляхи є умовно робочими, проте не факт, що в українського аграрія є час для повільної ходи, адже для реалізації амбіційних цілей зі світового продовольчого панування потрібно не тільки зробити український агросектор цифровим, але й наздогнати та перегнати зарубіжних конкурентів, які роками вже використовують переваги цифрових технологій

**Олександр Мельников, віцепрезидент itelligence – компанії, що впроваджує цифрові системи SAP в Україні, – зазначив: «Досвід наших клієнтів в агросфері (серед них – Unilever, «Чумак», Delta Wilmar, LAN Ukraine та інші) показує, що повнофункціональну систему SAP S/4HANA цілком реально**[запустити за 3–6 місяців](https://itelligencegroup.com/ua/sap-s4hana-for-agribusiness/)**. Такі стислі строки можливі завдяки використанню гнучкої agile-методології SAP Activate і галузевого рішення it.agriculture».**

Якщо просто йти, а не бігти до цифровізації агросектору вже зараз, наші господарства за кілька років стануть просто неконкурентоспроможними. Отже, або їх поглинуть ті, хто швидший і сильніший, або вони втратять контроль і роздрібняться на маленькі ферми – гнучкіші та швидші. Для великих агрохолдингів – це взагалі питання виживання. Нині лише одиниці вітчизняних агрокомпаній перейшли на інтегровані бізнес-системи, тому ще є можливість устрибнути в цей потяг і розділити успіх разом з лідерами ринку. В іншому випадку залишиться лише спостерігати, як це роблять інші, та відійти в забуття.

**Для довідки:**

[Компанія itelligence – платиновий партнер SAP](https://itelligencegroup.com/ua/sap-s4hana-for-food/)

**Компанія itelligence**– глобальна консалтингова компанія. Входить в NTT Group – №31 серед найбільших світових компаній. NTT DATA Group – міжнародна мережа IT-компаній, понад 55,000 співробітників в 29 країнах світу. Itelligence надійний партнер SAP з цифрової трансформації та професійного бізнес-консалтингу.

[ERP-ядро від SAP + рішення it.food](https://itelligencegroup.com/ua/sap-s4hana-for-food/) – це доступний для українських виробників їжі спосіб підвищити прибутковість компанії і обійти конкурентів в умовах цифрової економіки Передналаштовані найкращі практики у SAP S/4HANA + рішення it.food від itelligence, що підтримує специфічні для продуктової галузі процеси + унікальний досвід експертів itelligence, які впроваджували рішення SAP у найбільших міжнародних та українських холдингах-виробниках їжі допоможуть українським компаніям великого та середнього розміру подолати межу поліпшення продуктивності.

<https://agronews.ua/bold/yak-ukrains-kym-ahrarnym-kompaniiam-zakhopyty-i-nahoduvaty-svit/>

**Для конкурентності в ЄС українським садівникам не вистачає системності**

Наша компанія базується в Італії, в Больцано-Південному Тіролі, в регіоні де дуже розвинене садівництво. І ми експортуємо в Італію, Іспанію та Францію українські яблука. Вважаю, що наша країна може стати значним постачальником яблук до ЄС, якщо вітчизняні фермери будуть працювати більш системно.

Порівняно із минулим сезоном, експорт українських яблук у Європу в сезоні-2019-2020 у рази менший. Це пояснюється необґрунтовано високою ціною яблук на внутрішньому ринку. Я, як експортер, вважаю, що українці платять за яблука дуже багато. Одна справа постачати їх по такій ціні в Європу, де є відповідний рівень доходів, і зовсім інший — продавати їх в Україні, де зарплати у три-чотири рази нижчі. Ще однією проблемою експорту українських яблук до Європи — нестача великих калібрів — 80 міліметрів і вище. Українські садівники не хотіли продавати яблука калібрів 80 міліметрів окремо, довелося купувати пару партій калібром 75-80 міліметрів.Перспективи постачання українських яблук в Європу є. Але українські садівники мусять працювати більш системно, мати порядок цінової політики. Я розумію, що кожен фермер робить значні інвестиції у свій сад, купує дорогі італійські саджанці, італійську техніку. Але якщо яблуко в Україні буде коштувати як в Європі, воно буде експортуватися лише в якісь далекі країни: Малайзію, Індонезію, де яблук не вирощують, постачають мало, коштують вони неймовірно дорого, якраз через труднощі вирощування та доставки. Але в тих країнах Європи, куди ми продаємо українські яблука: Італія, Іспанія і трохи Франція — якщо вітчизняне яблуко не буде конкурентноздатним за ціною — на продажі можна не сподіватися. Українські садівники тут дуже нестабільні. Минулого року яблук в Україні було багато, ціна низькою і експорт був бажаним напрямком збуту. Цього року ціна на яблука зросла неймовірно і експортувати українці вже не хочуть. Зараз нам пропонують українське яблуко по 60 євроцентів без тари. Навіщо ми будемо купувати сировину тут, якщо ми можемо в Італії купити таке саме, але упаковане? В Українських магазинах ціна на яблука доходить до 25 гривень за кілограм, в Німеччині, в Італії — 40 гривень за кілограм, але при цьому зарплата у чотири-п’ять разів вища. У такої диспропорції кілька факторів. У тому числі у бажанні українських бізнесменів швидко заробити. В Європейських фермерів заробіток – 10-20 відсотків, але протягом 20 років, і це більше сімейний бізнес, що передається у поколіннях. Тоді як в Україні сільське господарство — часто швидкий бізнес, де вклавши гривню, наступного року хочуть повернути дві.

<https://agrotimes.ua/opinion/dlya-konkurentnosti-v-yes-ukrayinskym-sadivnykam-ne-vystachaye-systemnosti/>

**Україна з початку року експортувала агропродукції на $5,7 мільярда**

**Імпорт агропродукції збільшився на 18% – до 1,7 мільярда доларів. Україна в січні-березні 2020 року збільшила експорт агропродукції до 5,7 мільярда доларів, що на 6% більше у порівнянні з трьома місяцями минулого року. Про це повідомила прес-служба “Українського клубу аграрного бізнесу”, пише**[**agronews.ua.**](https://agronews.ua/)

“Такого результату вдалося досягти шляхом нарощування поставок за такими категоріями: жири й олії на 235,1 мільйона доларів (+19%), готова продукція на 74,8 мільйона доларів (+9%), продукція рослинництва на 49,3 мільйона доларів (+2%)”, – сказано в повідомленні. Зокрема, із зазначених категорій найбільше зріс експорт соняшникової олії на 17%, кукурудзи на 8% і ячменю у 2,3 раза. Водночас, майже у два рази скоротився експорт ріпаку, на 20% – соєвих бобів, на 4% – пшениці. Експорт продукції тваринництва у січні-березні скоротився на 15% і становить 266 мільйонів доларів. “Зменшення відбулося шляхом скорочення поставок з України яєць на 13,1 мільйона доларів (-36%) і м’яса птиці на 10,5 мільйона доларів (-7%). Така ситуація викликана частковою забороною експорту зазначеної продукції в результаті спалаху пташиного грипу на території України”, – сказано в повідомленні.

Імпорт агропродукції за вказаний період зріс на 18% й сягнув 1,7 мільярда доларів. Зокрема, Україна збільшила поставки сирів майже у два рази, картоплі – в 12 разів, цитрусових – на 20%. Україна за підсумками 2019 року оновила історичний рекорд аграрного експорту, поставивши на зовнішні ринки продукції сільського господарства на суму 22,4 мільярда доларів – майже на 20% більше, ніж роком раніше. Імпорт агропродукції в Україну минулого року збільшився на 11% – до 6,1 мільярда доларів.

<https://agronews.ua/news/ukraina-z-pochatku-roku-eksportuvala-ahroproduktsii-na-5-7-mil-iarda/>

# Исторический максимум: Украина рекордно экспортировала подсолнечное масло в апреле

**Страны Евросоюза стали вдвое больше закупать подсолнечное масло в Украине**

Экспорт подсолнечного масла в сентябре–апреле 2019/20 маркетингового года достиг рекордной отметки в 4,5 млн т (+9% по сравнению с прошлым маркетинговым годом). Экспорт в апреле стал историческим максимумом и превысил 700 тысяч т, [сообщает](https://delo.ua/redirect/goto/www.ukragroconsult.com%7C%7Cnews%7C%7Cevropa-vdvoe-narastila-import-ukrainskogo-podsolnechnogo-masla/) "УкрАгроКонсалт". Указано, что страны ЕС в 2 раза увеличили закупки по сравнению с прошлым маркетинговым годом и стали первыми в рейтинге импортеров. В то же время экспорт подсолнечного масла в Индию сократился на 20%. В свою очередь новыми рынками сбыта стали такие страны, как: Антигуа и Барбуда, Бурунди. Также рост объемов экспорта отмечается в направлении Испании (+44%), Китая (+29%) и Нидерландов (+32%). Однако снижение темпов экспорта отмечено в Португалии (-97%), Германии (-65%) и Ливане (-28%). Напомним, за 7 месяцев 2019/2020 маркетингового года (МГ) экспорт украинского [подсолнечного шрота](https://delo.ua/business/ukraina-eksportirovala-rekordnyj-obem-podsolnech-367633/) достиг рекордного уровня — 3 млн 307 тысяч тонн. Это — на 13% больше показателя аналогичного периода прошлого маркетингового года.

<https://delo.ua/business/istoricheskij-maksimum-ukraina-rekordno-eksporti-368239/>

**Донбасские яблоки впервые отправились в ОАЭ**

**Яблоками из Донецкой области заинтересовались также покупатели Индии, Египта**

В марте предприятие "Сады Донбасса" впервые отправило партию яблок на Ближний Восток — в Катар. Как сообщает Агропортал, впоследствии там хотят покупать украинскую черешню. "Покупатели поставили нам требования — они любят красные яблоки, поэтому 70% должен составлять красный цвет. Также были требования к упаковке — по 18 кг в ящик с подложкой под каждое яблоко. С этим мы справились, но имели определенные вызовы. На Донетчине отсутствуют большие контейнеры-холодильники, поэтому искали в других регионах. В конце на авторефрижераторе яблоки отправили в Одессу, а оттуда в контейнере по морю в Катар. На эту доставку ушло 27 дней", — рассказал финансовый директор ООО "Сады Донбасса" Сергей Остапец. По информации издания, яблоками с Донетчины заинтересовались другие покупатели из ОАЭ, Индии, Египта. Сейчас предприятие рассматривает условия дальнейшего сотрудничества с ними. Кроме этого, большой интерес у зарубежных покупателей вызвала возможность поставки черешни. Специалисты предприятия обсуждают возможность кооперации с запорожскими и донецкими коллегами, чтобы сделать эту доставку на самолете. Как отметил Остапец, от холодильника с их склада до заказчика в Дубае черешню могут доставить за сутки. "Черешня хранится меньше, чем яблоки. Но этот новый вызов и новые возможности одновременно. С сада ягоду необходимо быстро охладить, так она будет храниться дольше. Чтобы сделать поставку черешни, нам нужна новая сортировочная линия, у покупателей ягод высокие требования. Сейчас рассматриваем варианты строительства линии", — пояснил Остапец.

<https://delo.ua/business/donbasskie-jabloki-vpervye-otpravilis-v-oae-367064/>