ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO
Swiss Import Promotion Programme

ДОРОЖНІ КАРТИ ЕКСПОРТУ

ОРГАНІЧНА СВІЖА ЛОХИНА

ОРГАНІЧНА ЗАМОРОЖЕНА МАЛИНА

Ксенія Гулієва, координатор експортних сервісі ГС «Органічна Ініціатива»

07.05.2026

Структура досліджень

Аудит поточного стану органічної галузі в Україні
(виробничий потенціал, експортний аудит, SWOT)

Вибір цільових ринків: методологія та критерії відбору, споживацькі критерії, економічні, регуляторні критерії

Дорожня карта і План розвитку експорту:

- Логістичні обмеження
- Ланцюг постачання
- Моделі виходу на ринок
- Тактика перших продажів
- Вимоги до доступу на ринки
- Маркетинг на позиціонування
- Стратегічні кроки

Аналіз топ 3 – ринків для експорту

Рекомендації та висновки експерта

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO
Swiss Import Promotion Programme

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

ОРГАНІЧНА СВІЖА ЛОХИНА

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO Swiss Import Promotion Programme

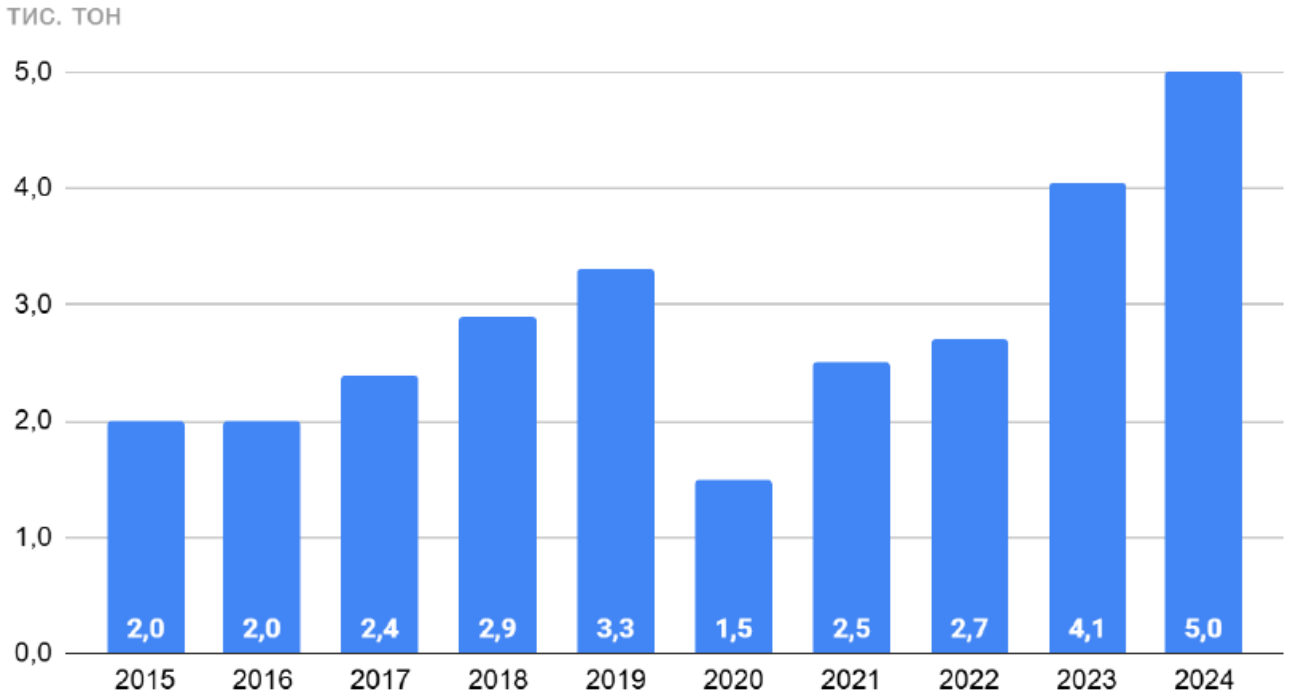
ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Експорт з України

Експорт і ринки збуту

У 2024 році Україна експортувала **≈ 5 тис. тонн свіжої лохини** (на 33 % більше проти 2023р.), отримавши виручку близько 26 млн USD. Основні напрями - **Польща, Нідерланди, Німеччина, Франція, Швейцарія**. До 90 % експорту припадає на свіжу ягоду (липень–вересень), решта — заморожування (IQF).

Експорт лохини з України (орієнтовно)



Джерело: *IBO 2025*

Площі **органічної лохини складають 10–13%** від усіх плантацій (Ukrainian Berry Industry, 2025), але у структурі реального товарного **виробництва та експорту органічна лохина** у 2024 році становила лише **4–6% (450–670 тонн).** Це пояснюється тим, що більшість органічних насаджень ще молоді і не досягли повної продуктивної врожайності, а частина врожаю не потрапляє на експорт.

Місце України в Європі

Джерело: *IBO 2025 для всіх країн, та галузеві*

Україна посідає провідні позиції у вітчизняному сегменті ягідництва та динамічно зростає на ринку ЄС. За даними галузевих джерел (UABerries, EastFruit),

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO Swiss Import Promotion Programme

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Україна: динаміка

Українська галузь лохини переживає фазу сталого зростання, фокусуючись на **преміальному та органічному сегментах**. Частка України у виробництві EMEA поки невелика (≈ 3 %), але темпи зростання площ і врожайності дозволяють прогнозувати **подвоєння експорту до 2028 р**. Українські оцінки (близько 9 тис. тонн у 2024 р.) є **реалістичним відображенням комерційного виробництва**, тоді як IBO наводить більш узагальнені статистичні дані (14,2 тис. т), що відрізняються методологічно.

Загальна площа під лохиною в Україні зростає щороку, і близько 20% усіх насаджень наразі ще не досягли пікової продуктивності. Особливо перспективними вважаються північні області — Чернігівська та Сумська, де природно кислі ґрунти створюють ідеальні умови для органічного виробництва, а також центральні регіони з розвиненою інфраструктурою.

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO Swiss Import Promotion Programme

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Україна: експортний потенціал

Унікальна позиція

- Єдина органічна ягода України, що експортується **у свіжому вигляді**
- Високомаржинальний сегмент із фокусом на **ЄС та Швейцарію**
- Стратегічна ніша для масштабування експорту

Виробництво та динаміка

- 300–350 га органічних насаджень (2025)
Частка: **4–6%** від загальної площі
- Зростання: **×3 з 2018 року (≈120 га) 50–70 га** у перехідному періоді
Після 2022: уповільнення через логістику та витрати

Географія виробництва

70% виробництва:
Київська, Житомирська, Львівська, Івано-Франківська, Черкаська
Нові кластери:
Волинська, Полтавська, Рівненська
→ ближче до ЄС = швидша доставка

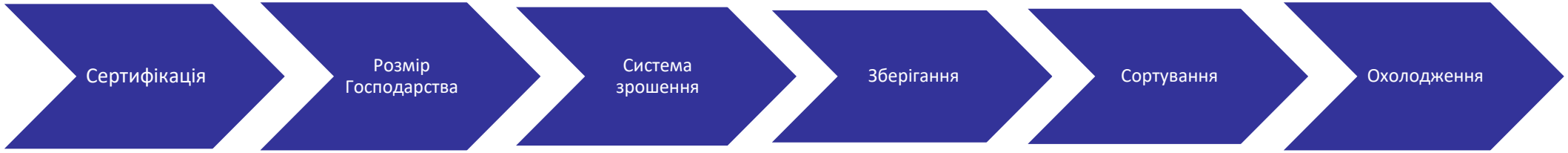
Структура сектору

15–20 виробників
Типові господарства: **5–30 га**
40% молодих насаджень (потенціал росту врожайності)
Експорт:
- Свіжа ягода — основний фокус
- Переробка — лише **10–15%**

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА
SIPPO Swiss Import Promotion Programme
ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Україна: експортний потенціал

Що впливає ?



ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO Swiss Import Promotion Programme

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Організація експорту

Логістика експорту органічної лохини

До 2023: залежність від Польщі

80% експорту через Польщу

Затримки та блокади →

до **25% втрат продукції** (порушення cold chain)

2024–2025: диверсифікація маршрутів

Нові напрямки:

- RO Румунія
- SK Словаччина
- HU Угорщина

≈ **30% експорту** вже через альтернативні коридори

Новий логістичний хаб

Порт **Констанца (Румунія)**

→ авто + морські перевезення

→ доступ до Південної Європи

Нові термінали:

- Чоп, Ужгород
- → **6–8 годин оформлення** vs 48–72 год на польському кордоні

Європейські логістичні хаби

35% експортерів використовують склади в ЄС

Ключові локації:

- NL Бреда
- DE Штутгарт
- PL Вроцлав

→ функції: зберігання, сортування, доставка в retail

Моделі експорту

Пряма модель (Producer → Retail)

Лише **10–12% постачальників**

Партнери: **Rewe, Carrefour, Jumbo**

Вимоги:

GLOBALG.A.P., SMETA

стабільні обсяги

власна логістика

✓ Переваги: вища ціна контроль бренду

⚠ Обмеження:

високі вимоги до інфраструктури

Посередницька модель (через трейдерів/хаби)

80–85% експорту

Консолідація з продукцією ЄС

✓ Переваги:

стабільний збут

розподіл логістичних ризиків

⚠ Недоліки: нижча маржинальність

Тренд 2025–2027 50% експорту через хаби в ЄС

Канали збуту

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO Swiss Import Promotion Programme

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Експортні канали

Через дистриб’юторів / імпортерів

Основна модель для масштабного експорту
Партнери беруть на себе:
- логістику
- митне оформлення
- вихід у retail

📦 Приклади:
BerryWorld → Tesco, Sainsbury’s, Waitrose (UK)
COOP Trading → 4500+ магазинів (Скандинавія)
Driscoll’s → ОАЕ, Азія

Прямі поставки в рітейл

Виробник → мережа напряму
Приклад: **EDEKA (Німеччина)**
✅ Плюс: вища маржа контроль над продуктом
⚠️ Вимоги: власна логістика, стабільні обсяги, високі стандарти

Через трейдерів / кооперативи

виробників
Об’єднання пропозиції
📦 Приклади:
UA Growers OU (11 виробників)
Нідерландські трейдери (переробка, frozen)
✅ Плюс:
доступ до експорту
зниження ризиків
⚠️ Мінус: залежність від посередників

Географія експорту та особливість ринків

DE **Німеччина — ключовий преміум-ринок**
~15% органіки в ритейлі (найвище в Європі)
Висока готовність платити premium
№1 цільовий ринок

GB **Велика Британія — стабільний попит**
Високі продажі органічної лохини
У 2024: **перевищення продажів яблук і груш** в окремих мережах

DK NO FI **Скандинавія — зрілий органічний ринок**
~5% частка органіки
Сильна роль **COOP**
→ стабільний попит і передбачуваний ринок

NL **Нідерланди — логістичний хаб**
•**37% експорту проходить через країну**
•Центр реекспорту в ЄС

PL **Польща і інші ринки ЄС**
•Зростаючий попит
•Особливо у **не сезон локального виробництва**

ОАЕ та Азія — преміум ніша
• Високий попит на premium organic
• Українська продукція конкурентна за якістю
Приклад: **38,4 т в ОАЕ (Big Berry Coop)**

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА
SIPPO Swiss Import Promotion Programme
ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Вибір цільових ринків

Використовувалась фільтраційна модель:

Група критеріїв:

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА
SIPPO Swiss Import Promotion Programme
ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO Swiss Import Promotion Programme

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Результати ранжування ринків

На основі зваженої бальної системи проведено ранжування європейських ринків за сукупністю економічних критеріїв. Максимальний можливий бал — 10,0. Вага критеріїв у загальному розрахунку: ємність — 25%, темп зростання — 30%, ціна — 25%, премія за органічність — 20%. Дані по кожному критерії зібрані для 2024 року, що є звітним періодом для цього аналізу.

Таблиця 5. Ранжування ринків за економічними критеріями

Ранг	Країна	Ємність органіки (тис. т, 2024)	Темп зростання (%/рік, 2024)	Середня ціна (€/кг, 2024)	Премія (% органічність, 2024)	Загальний бал (0-10)
1	Велика Британія	9.2	17.5	10.00	35	9.19
2	Німеччина	8.6	17.5	9.50	30	7.85
3	Нідерланди	13.0	15.0	8.75	25	6.26
4	Швейцарія	1.2	14.0	9.50	30	4.89
5	Франція	4.5	12.5	9.25	25	4.09
6	Австрія	1.9	12.0	9.00	27	3.26
7	Іспанія	8.2	11.0	8.00	18	1.88
8	Бельгія	1.5	11.0	8.50	23	1.68
9	Італія	2.0	11.0	8.50	22	1.67
10	Польща	1.9	10.0	8.25	20	0.70

Ранжування за регуляторними критеріями

Ранг	Країна	Відстань, км (25%)	Сертифікація (15%)	Логістика (20%)	Охолодження (25%)	Хаби (15%)	Загальний бал
1	Польща	950	8	10	8	8	8.15
2	Нідерланди	1900	8	10	7	10	7.55
3	Бельгія	1700	8	9	7	8	7.20
4	Чехія	1300	8	9	7	5	7.00
5	Німеччина	1500	7	9	6	8	6.90
6	Швейцарія	1700	6	8	6	6	6.35
7	Австрія	1400	7	8	6	5	6.25
8	Італія	1800	7	7	7	6	6.10
9	Франція	2000	7	8	6	6	6.00
10	Іспанія	2600	7	7	8	7	5.85
11	Велика Британія	2300	6	7	5	7	5.30
12	Швеція	2100	7	7	6	5	5.10

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА
SIPPO Swiss Import Promotion Programme
ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Привабливість ринків за структурою торгових каналів

Країна	Частка супермаркетів	Частка спец. магазинів	Розвиненість B2B трейдерів	Дискаунтери	Бал
Німеччина	Висока	Висока	Дуже висока	Висока	6
Франція	Висока	Висока	Середня	Середня	5
Австрія	Середня	Дуже висока	Слабка	Низька	5
Великобританія	Висока	Середня	Висока	Висока	5
Нідерланди	Низька	Середня	Дуже висока	Дуже висока	4
Польща	Середня	Низька	Висока	Дуже висока	3
Швейцарія	Дуже висока	Низька	Висока, закрита	Відсутні	5
Італія	Висока	Середня	Середня	Середня	4
Португалія	Середня	Низька	Середня	Середня	3
Бельгія	Висока	Середня	Дуже висока	Висока	4
Швеція	Дуже висока	Низька	Середня	Низька–середня	5

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА
SIPPO Swiss Import Promotion Programme
ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Загальне ранжування за всіма критеріями

Ранг	Країна	Економічні	Регуляторні	Споживацькі	Конкурентні	Зведений бал (0–5)
1	Німеччина	4.6	3.45	4.1	3.8	4.03
2	Швейцарія	4.2	3.18	4.5	4.0	3.98
3	Італія	4.2	3.05	4.3	4.1	3.92
4	Австрія	3.9	3.13	3.8	3.9	3.68
5	Франція	4.2	3.00	3.7	3.4	3.62
6	Велика Британія	4.1	2.65	3.9	3.6	3.59
7	Польща	3.5	4.08	3.2	3.0	3.47
8	Нідерланди	3.9	3.78	2.9	2.6	3.36
9	Португалія	3.6	2.95	3.6	3.2	3.36
10	Швеція	3.8	2.55	3.5	3.2	3.29
11	Бельгія	3.6	3.60	3.2	2.3	3.24
12	Іспанія	3.3	2.93	3.0	2.8	3.03

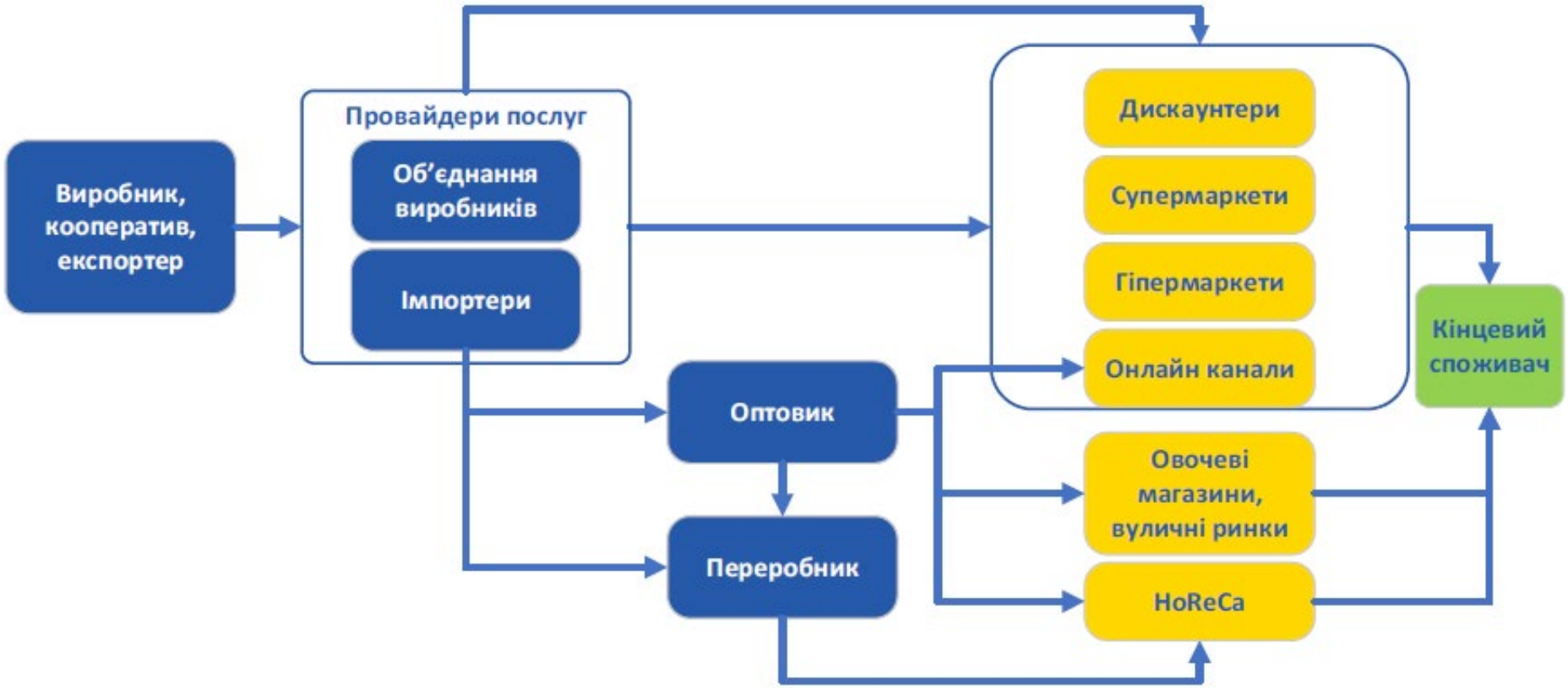
Загальне ранжування за всіма критеріями

Ранг	Країна	Економічні	Регуляторні	Споживацькі	Конкурентні	Зведений бал (0–5)
1	Німеччина	4.6	3.45	4.1	3.8	4.03
2	Швейцарія	4.2	3.18	4.5	4.0	3.98
3	Італія	4.2	3.05	4.3	4.1	3.92
4	Австрія	3.9	3.13	3.8	3.9	3.68
5	Франція	4.2	3.00	3.7	3.4	3.62
6	Велика Британія	4.1	2.65	3.9	3.6	3.59
7	Польща	3.5	4.08	3.2	3.0	3.47
8	Нідерланди	3.9	3.78	2.9	2.6	3.36
9	Португалія	3.6	2.95	3.6	3.2	3.36
10	Швеція	3.8	2.55	3.5	3.2	3.29
11	Бельгія	3.6	3.60	3.2	2.3	3.24
12	Іспанія	3.3	2.93	3.0	2.8	3.03

Аналіз топ 3 ринки для експорту

Країна	Тип маршруту	Відстань (км)	Час доставки (год)	Основні хаби прийому
Німеччина	Волинь → Берлін	1 100–1 300	48–60	Гамбург, Берлін, Дрезден
Італія	Львів → Верона	1 400–1 600	60–72	Верона, Мілан
Швейцарія	Львів → Цюрих	1 500–1 700	72–80	Базель, Цюрих

Ланцюг постачання свіжих ягід України до ЄС



Джерело: CBI

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА
SIPPO Swiss Import Promotion Programme
ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Додатки

Додаток 1. Сертифікація і регуляторні вимоги

Додаток 2. Стандарти максимальних залишків пестицидів (MRL)

Додаток 3. Ключові імпортери та покупці

Додаток 4. Торгові виставки та B2B платформи

Додаток 5. Ресурси для пошуку покупців та джерела даних

Додаток 6. Чек-лист оцінки готовності до експорту

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА
SIPPO Swiss Import Promotion Programme
ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

ОРГАНІЧНА ЗАМОРОЖЕНА МАЛИНА

Органічна малина в Україні залишається нішевим сегментом, але демонструє поступове зростання.
У 2024 році виробництво оцінюється на рівні 3–6 тис. т (≈4–7% від загального обсягу 70 тис. т). Зростання забезпечується розширенням площ, покращенням організації збору та розвитком переробки й заморозки.

Таблиця 1. Виробництво органічної малини (оцінка)

Показник	2023	2024
Виробництво, тис. т	2–4	3–6
Частка у загальному виробництві, %	3–6	4–7
Площа органічних малинників, га	300–500	400–700
Кількість сертифікованих господарств, од.	15–25	25–35

Джерела: *FiBL, 2025; Organic Initiative, UABerries; AgroReview/AgroNews, 2024.*

Органічні площі залишаються незначними відносно загального виробництва (6,0–7,5 тис. га), що відкриває значний потенціал для масштабування.
У перспективі **3–5 років** очікується зростання у **1,5–2 рази (до 700–1 200 га)** за умови стабільного попиту з боку ЄС і Північної Америки та збереження цінової премії.

• Україна. Виробничий потенціал малини

Структура виробництва

Висока **фрагментація ринку**

Десятки тисяч виробників

Переважно **малі та середні господарства**

Експортний сегмент

•Лише **20–30 компаній** експортують заморожену продукцію → концентрація експорту в обмеженого кола гравців

Ключові регіони виробництва

•Житомирська
•Волинська
•Рівненська
•Івано-Франківська
•Чернівецька
•Закарпатська

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO Swiss Import Promotion Programme

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

• Україна. Переробні потужності та ключові гравці

Динаміка розвитку
Зростання потужностей за 10 років: **×8–10**
Активне будівництво заводів шокового заморожування

Позиція на світовому ринку
• №1 у світі за чистим експортом замороженої малини (2024)

Якісна сировинна база
• Розвинена інфраструктура переробки (IQF)
• Орієнтація на експорт

Фактори успіху:
→ Якісна сировинна база → Розвинена інфраструктура переробки (IQF) → Орієнтація на експорт
→ Україна перейшла від сировинного виробника до **глобального гравця у переробці ягід**

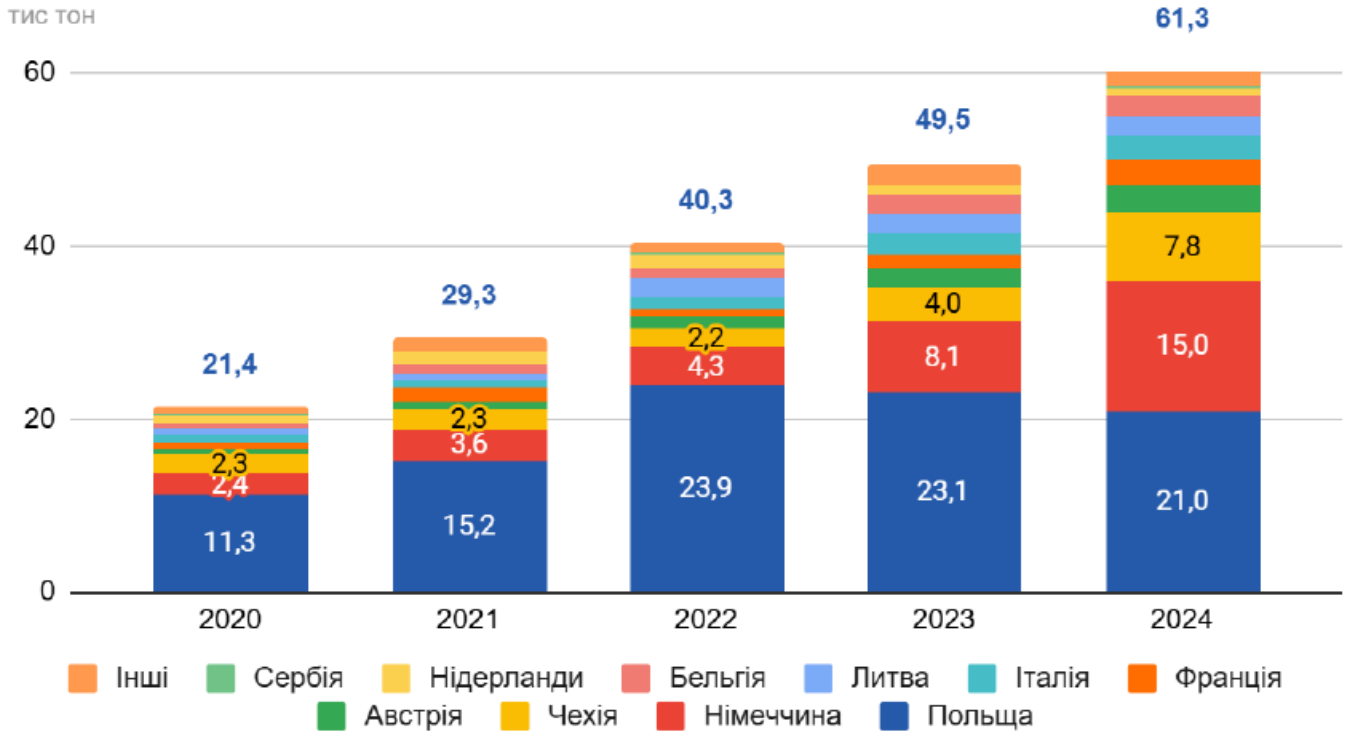
• Україна. Динаміка експорту

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO Swiss Import Promotion Programme

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Динаміка експорту замороженої малини з України



Джерело: *Worldbank*

• Україна.Органічний експорт

Обсяги (2024)
2,0–3,5 тис. т
3–5% від загального експорту замороженої малини

Ключові ринки
- DE Німеччина
- PL Польща
- NL Нідерланди
- IT Італія
- CZ Чехія
- AT Австрія
- FR Франція

Типовий ланцюг постачання
Українська малина → заморожування → іноземні трейдери / переробники → кінцеві ринки (ЄС)

Прогноз (2025–2026)
- **4–6 тис. т**
- **6–8%** частки експорту

👉 за умови стабільного попиту та премії на органіку

Моделі співпраці
- **58%** → міжнародні трейдери
- **55%** → переробні компанії за кордоном
- **≈10%** → прямі контракти з ритейлом

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА
SIPPO Swiss Import Promotion Programme
ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Таблиця 7. Ключові проблеми експортерів замороженої малини

Проблема	Частка експортерів, %
Логістика (кордони, війна, транспортні витрати)	60
Дефіцит якісної сировини за прийнятною ціною	32
Ускладнені митні процедури	32
Висока конкуренція на ключових ринках (Сербія, Польща)	29
Вимоги до якості та нестача акредитованих лабораторій	27
Нездатність забезпечити необхідні обсяги поставок	20

Джерела: *Latifundist 2023; Study Ukrainian Organic Exporters 2025; Economic Prostir 2025; Economy & Region 2025.*

• Вибір цільових ринків

Критерії оцінки

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO
Swiss Import Promotion Programme

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Експорт. Топ три ринки

Таблиця 13. Порівняльна таблиця балів та ранжування ринків

Країна	Еконо-мічні	Регуля-торні	Спожи-вацькі	Конку-рентні*	Підсумок балів	Ранг
Німеччина	5	4	5	4	18	1
Франція	4	4	4	4	16	2
Швейцарія	3	3	5	4	15	3
Велика Британія	3	3	3	3	12	4
Нідерланди	3	4	2	3	12	5

Примітка: **Для стовпця «Конкурентні» оцінка відображає загальну привабливість з урахуванням конкуренції (тобто: якщо конкуренція висока, але ринок великий і відкритий до нових постачальників – оцінка може бути вищою, ніж для малого ринку з тими ж конкурентами).*

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА
SIPPO Swiss Import Promotion Programme
ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Експорт. Топ три ринки

DE Німеччина — ринок №1 для органічної малини

Найбільший ринок у ЄС з високою культурою споживання органіки
Стабільний попит: переробка + роздріб
Можливість **прямих контрактів** з імпортерами та ритейлом
Чому це ключовий ринок:
Високий імпортний попит (навіть при сильній конкуренції)
Зниження постачань від традиційних постачальників
Українська продукція вже присутня як **Bio**

FR Франція — ринок №2 для органічної малини

Один із найбільших ринків Європи
№2 імпортер заморожених ягід у ЄС
Сильний попит з боку **переробки** (джеми, пюре, сиропи

CH Швейцарія — нішевий ринок №3 (premium сегмент)

Невеликі обсяги, але дуже висока маржинальність
Платоспроможний споживач і культура органічного харчування
Стабільний попит навіть у кризові періодиЧому це “золотий” ринок:
Готовність платити премію за якість
Довгострокові контракти (Coop, Migros, переробка)
Іміджевий ефект (стандарти Bio Suisse)
Швейцарія — менший обсяг, але максимальна маржа та репутаційна цінність

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА
SIPPO Swiss Import Promotion Programme
ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO Swiss Import Promotion Programme

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Дорожня карта дій: фермери

Покроковий·план·дій·для·фермерів:¶

Крок¤	Дії·для·експортної·готовності·фермера¤	¤
1.·Організаційні· передумови¤	**Об'єднання·зусиль:**·вступити·до·існуючого·ягідного· кооперативу·або·ініціювати·створення·нового.·Домовитися·з· іншими·фермерами·про·спільний·збут·урожаю.¤	¤
2.·Сертифікація¤	**Отримати·органічний·сертифікат**·відповідно·до·стандартів· ЄС·(або·еквіваленту).·За·потреби·—·пройти·сертифікацію· GlobalG.A.P.·для·підтвердження·належних· сільськогосподарських·практик.·Скористатися·державною· компенсацією·вартості·сертифікації·.¤	¤
3.·Підвищення·якості· врожаю¤	**Інвестувати·в·технології:**·встановити·системи·зрошення·та· притінення·(щоб·убезпечити·плантації·від·спеки·та·граду),· впровадити·органічні·засоби·захисту.·Забезпечити·швидке· охолодження·ягоди·одразу·після·збору·—·наприклад,·придбати· або·орендувати·мобільну·холодильну·камеру·чи· використовувати·охолоджувальні·контейнери.¤	¤

Дорожня карта дій: фермери

4. Логістика збору та постачання	**Налагодити холодний ланцюг:** спільно з партнерами організувати транспорт з рефрижератором для доставки свіжозібраної малини до пункту заморозки протягом кількох годин після збору. Встановити стандарти збору та сортування (відбраковувати пошкоджену ягоду, класифікувати за розміром), щоб максимально підвищити вихід продукції експортної якості (цілі ягоди категорії **90/10** тощо).
5. Пошук партнерів/покупців	**Використати кооперативні та галузеві зв'язки:** через кооператив або асоціації виробників (наприклад, **Українська плодоовочева асоціація**, органічні спілки) отримати доступ до бази потенційних покупців. Взяти участь у профільних заходах (виставках, бізнес-форумах) у складі колективних стендів від України, де встановити прямі контакти з трейдерами чи переробниками з ЄС.
6. Безперервний розвиток	**Підвищувати компетенції:** стежити за новинами галузі, проходити освітні програми з органічного виробництва та експорту. Поступово розширювати площі під малиною, орієнтуючись на потреби кооперативу/експортера. Враховувати зворотний зв'язок від іноземних клієнтів щодо якості та вчасно впроваджувати покращення у виробничі процеси.

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO Swiss Import Promotion Programme

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

План входу на ринок

Ланцюг постачання

¶

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO Swiss Import Promotion Programme

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА

SIPPO Swiss Import Promotion Programme

ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

Матриця вибору експортної моделі

¤	Модель·А:·Bulk·(Сировина)¤	Модель·Б:·Private·Label·(ВТМ·мереж)¤	Модель·В:·Власний·бренд·(Аутсорсинг·дистрибуції)¤	Модель·Г:·Власний·бренд·та·ДП·в·ЄС¤
Суть·моделі¤	Продаж·у·коробах·по·10·кг·трейдерам·(FCA/DAP)¤	Виробництво·фасованої·ягоди·під·торговою·маркою·покупця¤	Власний·бренд,·але·продаж·через·німецького·імпортера-дистриб'ютора¤	Своя·GmbH·в·Німеччині,·прямий·лістинг·у·мережах,·маркетинг¤
Інвестиції·(CapEx/OpEx)¤	Низькі:·Тільки·у·виробництво·та·базову·сертифікацію¤	Середні:·Пакувальне·обладнання,·сертифікати·IFS/BRC¤	Високі:·Брендинг,·дизайн,·маркетингова·підтримка.·¤	Дуже·високі:·офіс,·персонал,·пряме·просування¤
Необхідні·компетенції¤	Контроль·якості,·базове·знання·ЗЕД¤	Глибока·експертиза·в·QA,·управлінні·ланцюгами·постачань¤	Маркетинг,·управління·партнерствами,·локальна·мова.¤	Юридична/фінансова·система·в·ЄС,·локальні·продажі,·B2C·маркетинг¤
Мінімальні·обсяги·(MOQ)¤	20·тонн¤	250+·тонн·¤	50–100·тонн·¤	500+·тонн·¤
Рівень·прибутковості¤	Низький:·Залежність·від·світових·цін¤	Середній:·Стабільна·маржа,·великий·оборот¤	Високий:·Премія·за·бренд,·але·частка·йде·імпортеру¤	Максимальний:·Захоплення·всієї·доданої·вартості·ланцюга¤

Інші розділи

- Дорожня карта та план експорту для різних категорій
- Огляд успішних кейсів
- Стратегічні рекомендації та висновки
- Чек лист готовності до експорту
- Перелік потенційних партнерів і імпортерів

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА
SIPPO Swiss Import Promotion Programme
ОФІС З РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА

КОНТАКТИ:

Олена Дейнеко,
Голова правління
+ 38 067 1039694
e-mail: coordinator@organicinitiative.org.ua

Ксенія Гулієва,
Експертка відділу експортних сервісів
Viber, WhatsApp, Telegram + 380 703 1010
e-mail: kseniia.guliyeva@gmail.com

ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА