

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation
Швейцарська Конфедерація

FiBL

SAFOSO

SIPPO 
Swiss Import Promotion Programme

ОРГАНІЧНА
ІНІЦІАТИВА

ДОСЛІДЖЕННЯ

поточного стану, планів
та потреб українських експортерів
органічної продукції

Січень 2025 року
УКРАЇНА



ЗАВДАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ:



Аналіз
поточного стану
експорту



Оцінка планів
щодо виходу на
нові ринки



Визначення
ключових потреб і
викликів експортерів



Розробка
рекомендацій для
підтримки експортерів

91

Опитаних
українських
експортерів
органічних
продуктів
(із загальної
кількості бл. 150)

Дослідження потреб органічних експортерів України проведено в грудні 2024 – січні 2025 р. громадською спілкою «Органічна ініціатива» (Україна), у співпраці з дослідницькою агенцією MZ HUB за підтримки Швейцарії в межах швейцарсько-української програми «Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України» (QFTP), що впроваджується Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія) у партнерстві із SAFOSO AG (Швейцарія), та Швейцарської програми сприяння імпорту (SIPPO), що впроваджується Швейцарською фундацією технічного співробітництва з розвитку «Свісконтакт».

Зміст цієї публікації є виключною відповідальністю автора (авторського колективу) і не обов'язково відображає погляди партнера з розвитку SECO, виконавців програм FiBL, SAFOSO, Свісконтакт.



МЕТОДОЛОГІЯ
Онлайн-опитування
через ресурс Lemur

ТЕНДЕНЦІЇ ЕКСПОРТУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ З УКРАЇНИ В 2024 РОЦІ

ОРГАНІЧНА
ІНІЦІАТИВА

ТОП-10 КРАЇН ЕКСПОРТУ ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ З УКРАЇНИ (ЗА КІЛЬКІСТЮ КОМПАНІЙ)

ТОП-10 КРАЇН ЕКСПОРТУ



Німеччина



Польща



Нідерланди



Італія



Чехія



Австрія



Франція



Швейцарія



Бельгія



Молдова

ГОЛОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ 2024 РОКУ, ЯКІ ВІДМІТИЛИ УКРАЇНСЬКІ ЕКСПОРТЕРИ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ:

45%

опитаних



Попит на органічні
продукти зріс

28%

опитаних



Зросли вимоги до
якості продукції

ГОЛОВНІ ВИКЛИКИ, НАЗВАНІ УКРАЇНСЬКИМИ ЕКСПОРТЕРАМИ ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ

60%

експортерів стикаються з логістичними проблемами на польському кордоні і загалом ускладнена логістика



45%

залежать лише від 2-3 країн, що створює ризики



32%

мають проблеми з постачанням сировини за доступною ціною



29%

відзначають високу конкуренцію на міжнародних ринках



28%

стикаються з підвищеними вимогами до якості



ПЛАНИ РОЗШИРЕННЯ ТА КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ВИХОДУ НА НОВІ ЕКСПОРТНІ РИНКИ У 2025 РОЦІ

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ:

54%

експортерів
планують
вийти на
нові ринки



88%

із наявною
продукцією

лише

12%

планують
виходити на нові
ринки експорту з
новою продукцією

КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ, ЯКІ ДОЗВОЛЯЮТЬ КОМПАНІЯМ ПЛАНУВАТИ РОЗШИРЕННЯ ЕКСПОРТНИХ РИНКІВ:



57%

Збільшення
обсягів
виробництва



37%

Розвиток
власної
переробки



18%

Розширення
співпраці з
партнерами

ТОП-5 нових ринків збуту:



Франція



США



Швейцарія



Канада



Велика
Британія

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДТРИМКИ УКРАЇНСЬКИХ ЕКСПОРТЕРІВ ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ

ОРГАНІЧНА
ІНІЦІАТИВА



Допомога у виході на нові ринки (аналітика та дослідження ринків, аналіз нових перспективних ринків та ніш, маркетинг, B2B-зустрічі)



Сприяння покращенню ситуації логістикою, покращення ситуації з перетином кордону і розвиток логістичних рішень загалом



Сприяння посиленню конкурентоздатності



Сприяння диверсифікації географії експорту



Налагодження партнерства між компаніями експортерами та постачальниками сировини



Освітні програми для експортерів