UKRAINIAN BERRIES ASSOCIATION

20 DIGEST 25

FRUIT ATTRACTION 2025

НОВІ МОЖЛИВОСТІ: УКРАЇНСЬКІ ВИРОБНИКИ ПРЕДСТАВИЛИ СВОЮ ПРОДУКЦІЮ В МАДРИДІ

ANUGA 2025

ПІДСУМКИ УЧАСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ В КОЛЕКТИВНОМУ СТЕНДІ НА ВИСТАВЦІ В КЕЛЬНІ

UKRAINIAN BERRIES ASSOCIATION

ТЕХНОЛОГІЇ

ОСОБЛИВОСТІ ТУНЕЛЬНОГО ВИРОЩУВАННЯ ЯГІД: ДОСВІД ПОЛЬСЬКИХ ПАРТНЕРІВ

АНАЛІТИКА

ЯК ЗМІНЮЮТЬСЯ РИНКИ ЛОХИНИ ТА МАЛИНИ: ТЕНДЕНЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ЯГОДАМИ

ЗМІСТ

НАША КОМАНДА

Знайомтесь із фахівцями Асоціації «Ягідництво України»! 4

ПОДІЇ

Анонс найближчих подій і заходів АЯУ 5

НОВИНИ АСОЦІАЦІЇ

Асоціація «Ягідництво України» на конференції «Ягідно-овочевий бізнес: технології та інновації».....6

Новий Каталог експортерів «The Ukrainian Berry Industry 2025» 9

Українські виробники на Fruit Attraction 2025 в Мадриді 10

ANUGA 2025: репортаж про участь на виставці в Кельні 13

НОВИНИ РИНКУ

Як змінюються ринки лохини та малини.....18

Динаміка виробництва та зовнішньої торгівлі ягодами 21

ТЕХНОЛОГІЇ

Особливості тунельного вирощування ягід: бізнес-тур до Польщі.... 24

ПАРТНЕРИ

Ягідний рай на Київщині: репортаж із полів «Голдбері».....26

Сучасні технології заморожування: віртуальний тур переробним підриємством компанії «САВ АГРО ПАРТНЕР» 29

ЕКСПЕРТИЗА

Ягідний сезон-2025: яким він був для виробників..... 32

Бронювання працівників: хто може отримати статус критично важливого підприємства 34

ШАНОВНІ ДРУЗІ, ПАРТНЕРИ ТА КОЛЕГИ!

Ми раді презентувати вам новий, осінній випуск Дайджесту Асоціації «Ягідництво України», де представлені ключові події АЯУ та галузі, що відбулися протягом останніх місяців!

Так, АЯУ виступила організатором й учасником низки галузевих подій, серед яких — Міжнародна конференція «Ягідно-овочевий бізнес: технології та інновації», що пройшла на Волині та Рівненщині. Репортаж з цієї події представлено в даному випуску.

Крім того, було організовано бізнес-тур до наших партнерів у Польщі, де виробники мали змогу ознайомитися з останніми тенденціями тунельного вирощування ранніх ягід.

І, звичайно, дві найочікуваніші події осені — міжнародні виставки Fruit Attraction 2025 у Мадриді та ANUGA 2025 у Кельні, в яких АЯУ виступила організатором колективних стендів для українських виробників. Подробиці та результати заходів, а також відгуки учасників — на сторінках цього Дайджесту.

Також запрошуємо вас у віртуальний тур сторінками нашого видання до двох перспективних ягідних господарств — членів АЯУ: «САВ АГРО ПАРТНЕР» та «ГОЛДБЕРІ», куди нас люб'язно запросили наші друзі.

Як завжди, у випуску представлено й низку експертних статей: аналітика щодо останніх тенденцій вітчизняного та міжнародного ягідного сектору; результати ягідного сезону-2025, а також - особливо актуальна тема для всіх підприємців — бронювання працівників. Детальні роз'яснення від наших експертів — до вашої уваги у цьому номері.

Не пропустіть й анонси найближчих важливих подій галузі, та поспішайте зареєструватися просто за посиланнями зі сторінок цього Дайджесту!

Більше актуальних новин доступно на нашому сайті:
www.uaberries.com, а також на нашій сторінці у Facebook. Долучайтеся!

Ірина Кухтіна,
Президентка Асоціації «Ягідництво України»

НАША КОМАНДА

Любов Білобрух

Виконавча директорка Асоціації «Ягідництво України»

Понад 6-річний досвід у сфері с/г розвитку, експортного просування та підтримки агровиробників (ITC, USAID, ЄБРР, Mercy Corps, ООН Жінки в Україні та ін.); координація міжнародних проєктів, навчальних програм, нетворкінгових заходів; аналітичний супровід.

lbilobrukh@uaberries.com

Денис Миронов

Аналітик

Понад 2 роки досвіду в аналітиці аграрних даних. Спеціалізується на розробці інструментів для аналітичного супроводу агрокомпаній, автоматизації звітності та оптимізації робочих процесів.

dmyronov@uaberries.com

Ірина Кухтіна

Президентка Асоціації «Ягідництво України»

Консультантка зі стратегічного планування та управління витратами підприємства; авторка «Посібника для експортера ягід із України до країн ЄС».

20+ років досвіду підтримки виробників у виході на ринки ЄС; проведення тренінгів з міжнародної торгівлі, стратегічного управління та управління контрактами; фандрейзингу.

ikukhtina@uaberries.com

Євгенія Ханаєва

Асистентка проєктів

Залучена до логістичної та організаційної підтримки офісу та проєктів; участь в аналітичній діяльності Асоціації.

YKhanaieva@uaberries.com

Ірина Демидова

Фахівчиня з зовнішніх комунікацій

8-річний досвід в PR та комунікаціях в напрямі агросектору (профільні асоціації, компанії тваринницької галузі, агрохолдинги);
17-річний досвід у видавничій сфері.

idemydova@uaberries.com

Наталія Однопозова

Фінансова контролерка

15+ років досвіду у фінансовому управлінні, бюджетуванні та контролі витрат в напрямах HoReCa, інвесткомпаніях, сервісному бізнесі.

Має глибоку експертизу у формуванні звітності, управлінському обліку, бюджетуванні.

nodnopozova@uaberries.com

КАЛЕНДАР КЛЮЧОВИХ ПОДІЙ АСОЦІАЦІЇ «ЯГІДНИЦТВО УКРАЇНИ»

(грудень 2025 – лютий 2026)

Бізнес-тур до Сербії

Дата: 02 - 04 грудня, 2025

Освітний бізнес-тур для виробників ягідної продукції на переробні підприємства Сербії: знайомство з сучасними технологіями заморожування, переробки та іншими аспектами галузі.

Реєстрація: +38 (093) 846 80 69, Любов Білобрух.

FRUIT LOGISTICA 2026 (Берлін)

Дата: 04 - 06 лютого, 2026

Запрошуємо виробників та переробників свіжої плодово-ягідної та овочевої продукції на участь у колективному стенді ключової події галузі, яка щороку збирає 80 000+ професіоналів із 130+ країн світу. Деталі - на нашому сайті.

Реєстрація: за посиланням.

BIOFACH 2026 (Нюрнберг)

Дата: 10 - 13 лютого, 2026

Асоціація організовує Національний павільйон України в рамках провідної міжнародної виставки органічних продуктів. До участі запрошуються виробники органічної харчової продукції, які відповідають критеріям, детальніше про які — на нашому сайті.

Реєстрація: за посиланням.

АСОЦІАЦІЯ «ЯГІДНИЦТВО УКРАЇНИ» ВЗЯЛА УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЇ «ЯГІДНО-ОВОЧЕВИЙ БІЗНЕС: ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ»

У 2025 році інноваційні рішення в ягідно-овочевому секторі стають не лише інструментом підвищення продуктивності, але й ключовим чинником зміцнення глобальної конкурентоспроможності українських виробників.

Яскравим підтвердженням цього стала Міжнародна науково-практична конференція «Ягідно-овочевий бізнес: технології та інновації», що відбулася у Рівному, в готелі «Optima Collection Бергшлосс Рівне» (вул. Петра Могили, 14). Подія об'єднала понад 300 учасників з усієї України: 18 вересня пройшов конференц-день із виступами 30 спікерів — представників ягідних, овочевих та технологічних компаній — та масштабною виставкою-презентацією найсучасніших технологій і обладнання для ягідництва й овочівництва, а 19 вересня учасники вирушили у бізнес-тур до провідних господарств Рівненщини та Волині — **ТОВ «Ягоди Волині», ТОВ «САВ АГРО ПАРТНЕР» та ФГ «Калина-Бугрин».**

Головний Організаційний партнер – **ГС «Укрсадвинпром».** Головний галузевий партнер – **Асоціація ягідництва України.** Головний технологічний партнер конференції – **EFT GROUP.** Головний технологічний партнер – **Інженерна компанія «Сонячні системи»**. Головний технічний партнер – **Biochem Agro («Біохім»)**. Ексклюзивний партнер конференції – пивзавод «**Рівень**».

Відкриття Міжнародної науково-практичної конференції «Ягідно-овочевий бізнес: технології та інновації» розпочалося з вітального слова засновниць медіагрупи «Технології та Інновації» та організаторок заходу — **Катерини КОНЄВОЇ та Надії ЯЩУК**. У своєму виступі вони привітали учасників та партнерів конференції, висло-

вили вдячність за підтримку та довіру до ініціативи, спрямованої на розвиток ягідно-овочевого сектору та впровадження інноваційних технологій у виробництво й переробку.

Організаторки представили всіх партнерів заходу, окреслили ключові теми та анонсували насичену дводенну програму, що включає доповіді провідних експертів, панельні дискусії, презентації інноваційних рішень та можливості для налагодження бізнес-контактів. У своєму зверненні вони підкреслили стратегічне значення подібних конференцій для формування професійної спільноти, обміну досвідом та сприяння інтеграції українського агробізнесу у світові ринки.

Наступним із вітальним словом виступив **Володимир Печко, голова ГС «Укрсадвинпром»**, який підкреслив важливість садівництва для українського агробізнесу: «Позитивні зміни, включаючи продовження державної бюджетної програми на 2026 рік з фінансуванням 1млдр 300млн та її розширення на овочівництво і овочесховища. Також до постанови №739 було включено післязбиральна доробка, що сприятиме експорту продукції. Проте, було висловлено занепокоєння щодо нереалізованих законодавчих змін стосовно нестачі робочої сили для збору врожаю, оскільки центри зайнятості не визнають проблему. Щиро дякую організаторам конференції Надії Ящук та Катерині Конєвій за професіоналізм, теплу атмосферу та можливість об'єднати учасників галузі. Ваші заходи стали майданчиком для нових знань, партнерств і розвитку спільноти».

Експертка із зовнішньоекономічних питань органу сертифікації **«Органік Стандарт» Ірина Федорченко** представила учасникам дослідження органічного ягідного ринку України, яке є частиною співпраці між Органік Стандарт і Глобальною програмою якості та стандартів GQSP Ukraine, що фінансується Швейцарією та впроваджується Організацією Об'єднаних Націй з промислового розвитку (ЮНІДО).

До вітального слова також приєдналися представники компаній-партнерів конференції та бізнес-туру: **Віталій Ішмурат, керівник ФГ «Ягоди Волині»; Андрій Швиднюк, співзасновник компанії «Сав Агро Партнер»; Олег Кравчук, директор компанії «Калина-Бугрин»; Мар'ян Года, власник пивзаводу «Рівень»**.

Ягідництво без кордонів: міжнародні експерти про сучасні технології та майбутнє галузі

Серед широкого спектра тем конференції особливий інтерес учасників викликав блок, присвячений практичним кейсам успішного розвитку підприємств. Зокрема, **Ян Робен, агроном компанії Flevo Berry B.V. (Нідерланди),** поділився власним досвідом щодо ефективної взаємодії між вибраними сортами рослин, системами зрошення, схемами живлення, методами догляду за листям та особливостями кліматичних умов для забезпечення оптимального балансу росту й плодоношення суниці садової.

Тему про останні тенденції у виробництві суниці садової у Великій Британії, технології економії праці та програми

захисту рослин з використанням технологій біоконтролю, рекомендації по підбору сортів розкрив Джеремі Дарбі, (Велика Британія), незалежний агроном - консультант з вирощування ягід, спаржі та розплідників ягідних культур, із більш як 40-річним досвідом роботи, який консультує виробників ягід та розплідники ягідних культур в Британії, Європі, Єгипті, Саудівській Аравії, Україні та інших країнах світу. Директор NIWA hodowla roślin jagodowych (Польща) Бартломей Данек поінформував про сучасні перспективні сорти малини, досвід вирощування в Польщі та в Україні.

Іванна Драган, редактор профільного сайту «Ягідник», представила учасникам конференції спеціалізований проєкт «Ягідник», створений для підтримки та розвитку агробізнесу. У своїй презентації вона детально розповіла про ключові можливості платформи, її інформаційну та аналітичну цінність для виробників ягід і овочів, а також про інструменти, які допомагають аграріям отримувати актуальні знання, обмінюватися досвідом та просувати свою продукцію на внутрішньому й міжнародному ринках. **Ірина КУХТІНА, президент Асоціації ягідництва України** розказала про ключові аспекти розвитку галузі 2025 р. Майбутнє українського ягідництва на світовій арені: «Ягідництво має суттєві успіхи на експорт: Україна — один із світових лідерів з експорту замороженої малини; також суттєво зросли обсяги експорту чорниці. Зокрема, Польща наростила експорт по лохині у 2,3 раз в об'ємі в 2.51 – практично та сама ціна не зважаючи на інфляцію».

Сучасні тенденції та практичний досвід у вирощуванні ягід і овочів: технології, ринки та інновації

Під час заходу відбулася дискусійна панель «Сучасні тенденції у торгівлі ягодами і овочами. Ефективні продажі в Україні і закордоном», яка була присвячена оптимальному поєднанню в рамках одного господарства різних напрямків бізнесу. Модератором виступила **Ірина КУХТІНА, президент Асоціації ягідництва України**. Учасники - представники торговельних мереж, ягідних і овочевих господарств, заготівельних організацій і заморожувальних комплексів: **Сергій СУХИНА - керівник компанії «Артика Біо», Віталій Сидоренко - директор компанії «Ярофрут», Віталій Захарчук - керівник компанії «Вест Норд».**

Досвідом про виноградник з нуля поділилася **Ольга ЮЛІНА, співзасновниця компанії Виноградник Юліних.**

Сандер Кьонен, співвласник розсадника та виробничої компанії з вирощування ягід та овочів **Thwan van Gennip Plants B.V (Нідерланди)** розказав про особливості вирощування спаржі на актуальну вимогу європейського ринку: підготовка поля, сортимент, технології, догляд і захист.

Ефективними рішеннями для професійного вирощування ягід та овочів: сучасні теплиці, тунелі та технології для закритого грунту поділився **Leszek SAWICKI, засновник компанії Progress engineering (Польща**), офіційний представник в Україні - **компанія «Евкаліпт Р»**. Щодо особливостей вирощування овочів у відкритому і закритому грунті на Тернопільщині поінформував **Едуард МАЛЬЧЕНКО, директор ТОВ «Поділля овочі»**. Також **Дмитро БРИЦОВ (ТОВ «Дедденс Агро»)** поділився досвідом вирощування овочів: відкритий і закритий ґрунт (зелень, цибуля, морква, буряк).

Продовження - за посиланням на нашому сайті.

ВИЙШОВ НОВИЙ КАТАЛОГ ЕКСПОРТЕРІВ «THE UKRAINIAN BERRY INDUSTRY 2025»

Це вже 7-е видання нашого щорічного Каталогу експортерів плодово-ягідної продукції, яке випускає Асоціація «Ягідництво України».

Участь у Каталозі - це ефективний маркетинговий інструмент для презентації продукції українських виробників на міжнародній арені для розширення експортних можливостей.

Каталог поділено на 3 сектори для компаній напрямів:

- Виробництво свіжої плодово-ягідної продукції
- Переробка плодово-ягідної продукції (заморожування, напівфабрикати)
- Продукція, готова до вживання (джеми тощо)

Кожен сектор містить ключові відомості про продукцію компанії, її переваги та контактну інформацію, а також фото з виробництва

«Цьогорічний каталог демонструє, що, незважаючи на всі виклики, українські ягідні компанії не лише зберігають, а й зміцнюють свої позиції на міжнародних ринках», - відзначила **Президентка Асоціації «Ягідництво України» Ірина Кухтіна** у вступному слові Каталогу.

Друкована версія видання поширюватиметься безкоштовно на міжнародних галузевих заходах, виставках, бізнес-місіях, організованих АЯУ.

Повний Каталог українських експортерів плодово-ягідної продукції доступний за посиланням.

—

Видання створено Асоціацією «Ягідництво України» за підтримки Швейцарії в межах двох програм:

- Глобальної програми якості та стандартів (GQSP), GQSP Ukraine, що імплементується ЮНІДО (спеціалізованою агенцією Організації Об'єднаних Націй); UNIDO - United Nations Industrial Development Organization
- Швейцарської програми просування імпорту (SIPPO), що впроваджується Швейцарською фундацією технічного співробітництва з розвитку «Свісконтакт» Swisscontact.

CONTENTS

Fresh berries

Union of Blueberry Producers and Exporters (UBPE)

BLUEBERRIES FROM UKRAINE

certification: Global G.A.P

To solve the issue of entering foreign markets with Ukrainian blueberries, the Union of Blueberry Producers and Exporters (UBPE) was created. This is a non-profit organization whose purpose is to promote the interests of farmers in foreign markets and help organize the export of blueberries to other countries. countries Our goal is to provide access to small and medium-sized blueberry producers to European and other sales markets, by raising production standards, unifying the issues of the use of plant protection products during cultivation, issues of cooling and storage of berries, as well as by organizing joint batches for sending berries for export.

process used	packaging	annual volume	sales channels
Cooling Sorting Packing	bulk 3 kg punnet 500 g box 5 kg	2026 - 500+ tons (expected)	export

Company and manufacturers' address:
3110, Kyiv city
Solomyanska street, building 3, office 6

+38 063 232 06
info@ubpe.com.UA

ubpe.com.ua

28

FRUIT ATTRACTION 2025

З 30 вересня по 2 жовтня 2025 року в Мадриді (Іспанія), на території виставкового центру IFEMA, відбулася одна з ключових подій світового агропродовольчого сектору — міжнародна виставка Fruit Attraction 2025.

- Захід зібрав рекордну кількість учасників та вкотре підтвердив свою репутацію провідної платформи для розвитку глобального плодоовочевого ринку.
- Участь взяли понад 2 460 компаній з 64 країн, з них майже 48% — іноземні експоненти.
- Загальна виставкова площа сягнула 78 000 м², що на 10% більше, ніж у 2024 році.
- Захід відвідали 120000+ фахівців з близько 150 країн.
- До участі долучились 14 нових країн, серед яких Ефіопія, В'єтнам, Йорданія.
- Вперше виставка налічувала 323 нові компанії.

Українські компанії на Fruit Attraction 2025: результати та враження

У рамках колективного стенду українських виробників, організованого Асоціацією «Ягідництво України», було представлено низку компаній, які презентували потенціал українського агросектору. Українські експоненти високо оцінили результати участі в Fruit Attraction та її важливу роль для розвитку експортних можливостей та налагодженню нових партнерських зв'язків. →

НА КОЛЕКТИВНОМУ СТЕНДІ УКРАЇНУ ПРЕДСТАВЛЯЛИ:

Асоціація «Виробники лохини України» - громадська організація, яка об'єднує фермерів і професійних гравців ринку лохини.

Євгеній Рикун, керівник підприємства з вирощування лохини **Orniberry,** одного членів Асоціації «Виробники лохини України», відзначив значний інтерес європейських трейдерів до української ягоди.

«Ми представляли свіжу лохину преміум-якості, вирощену в центрі України на Черкащині: наша ягода відзначається чудовою якістю — високою щільністю, однорідним калібром і насиченим смаком, що повністю відповідає вимогам європейських рітейлерів і споживачів. Тож очікувано, що продукція викликала значний інтерес серед відвідувачів із Іспанії, Нідерландів, Польщі та Німеччини. Ми провели десятки робочих зустрічей із трейдерами, дистриб'юторами та рітейлерами, і вже отримали конкретні запити на співпрацю у сезоні-2026.

Зустрічалися вже і з існуючими клієнтами. Приємно було, що вони висловлювали високу задоволеність якістю нашої продукції, стабільністю постачань та професійним підходом команди.

Загалом, виставка була надзвичайно результативною, з великою кількістю професійних відвідувачів, що стало чудовою можливістю для нас розширити партнерську мережу та зміцнити позиції на європейському ринку як українського виробника лохини найвищої якості.

Хочеться відзначити й високий рівень організації стенду Асоціацією «Ягідництво України»: якісна презентація, зручна локація та підтримка команди асоціації протягом усієї виставки. Дякуємо за професіоналізм та ефективну координацію!»

Волинська ягідка, ТОВ - підприємство, що розташоване на Волині, вирощує та реалізовує екологічно чисту лохину. Наразі 230 га землі, що в обробітку господарства, налічує понад 380 тисяч кущів. Учасники відзначили, що участь у виставці дала можливість презентувати бренд широкому колу міжнародних байєрів.

Спілка виробників та експортерів лохини (СВЕЛ), ГС - були представлені на стенді свіжою лохиною разом із партнерами - Українсько-німецьким аграрним центром, які презентували свіжий часник.

«Участь у виставці стала черговим кроком до розширення міжнародної співпраці та просування української агропродукції на світові ринки. По лохині було проведено кілька раніше запланованих зустрічей, проте нових контактів було небагато. Натомість свіжий часник викликав значний інтерес у відвідувачів. Від-

булося багато змістовних перемовин, сподіваємося, що це призведе до нових контрактів на наступний рік.

Загальне враження від участі у виставці — позитивне. Захід був масштабним, із чітко організованим простором, логічним розташуванням експонентів і великою кількістю якісно оформлених стендів. Організація стенду Асоціації «Ягідництво України» традиційно була на високому рівні. Вдале розташування, світле приміщення та достатня кількість робочих місць забезпечили комфортну та продуктивну роботу учасників» - відзначили **Олег Шишмарьов, голова Спілки виробників та експортерів лохини, та Євген Кабанець, директор «Українсько - німецького аграрного центру»**

Чистий продукт, ТОВ - єдине в Україні сертифіковане насіннєве господарство, офіційний утримувач сорту часнику Ірен, презентувало свій унікальний продукт — високоякісний посадковий матеріал.

«Сьогодні Ірен стрімко набирає популярність не лише в Україні, а й у країнах Європи. Це підтверджує його конкурентоспроможність і перспективи для професійних фермерів та аграрних господарств. - **відзначив засновник компанії Сергій Паращенко.** - *На виставці представляли не лише сам часник як товарний продукт для їжі, але й також і технологію вирощування часнику, і садивний матеріал у 2-х видах. Участю у заході задоволені! Були й нові контакти, і обмін досвідом, є про що далі розмовляти, з чим працювати. Шкода лише, що самі не змогли подивитися інші стенди, оскільки на нашому стенді активно кипіла робота. На майбутнє хотілося б взяти участь в овочевих стендах.*

Більше фото з події - на нашому сайті

ANUGA 2025: НОВІ РИНКИ, НОВІ МОЖЛИВОСТІ

З 4-го по 8-ме жовтня 2025 року українські експортери плодово-ягідної та готової продукції презентували свої колективні стенди на одній із найбільших продовольчих виставок світу — Anuga 2025 у Кельні (Німеччина).

Захід зібрав понад 8000 компаній з 110 країн, і став рекордним за кількістю експонентів та відвідувачів.

Завдяки організації Асоціації «Ягідництво України» (АЯУ) та підтримки партнерів, українські виробники високоякісної ягідної продукції, заморожених фруктів, а також готової продукції мали змогу вчергове представити себе міжнародним імпортерам, обмінятися досвідом, налагодити нові партнерські зв'язки і закріпити існуючі та розширити мережу експортних напрямів.

В рамках виставки АЯУ організувала 2 колективні стенди:

Frozen Food (E-058) – заморожена продукція.

Fine Food (E-059g) – готова продукція (соки, джеми, концентрати тощо)

→

УЧАСНИКИ КОЛЕКТИВНИХ СТЕНДІВ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ

Стенд готової продукції Fine Food:

1. «АОІЛ», ТОВ - спеціалізується на переробці насіння олійних культур (переважно соняшнику) та виробництві рослинних олій. Реалізація як в Україні, так і на експорт: працює з 50 країнами світу. Виробництво відповідає стандартам систем управління безпечністю ISO 22000:2018, а також підтримується сучасним обладнанням і професійним підходом до контролю якості продукту. **1.**

2. «Грунвег», ТОВ - агропереробне підприємство, що спеціалізується на виробництві пшоняної крупи (органічної й конвенційної). Компанія забезпечує 26 % експорту українського пшоняного зерна, випускає до 10–15 тис. тонн на рік (потенціал — до 25 тис. тонн). Виробництво сертифіковане за стандартами FSSC 22000, SMETA, FDA та Organic Standard UA-BIO-108.

3. «Київхліб», ТОВ - один із лідерів хлібопекарської галузі України. Під брендом щодня виробляється понад 300 тонн продукції, яка експортується до 30 країн світу. Заснований на базі державного підприємства у 1996 році, має 17 хлібозаводів (у Києві та Київській області).

4. «Оболонь», ПрАТ- провідна корпорація з виробництва пива, безалкогольних і слабоалкогольних напоїв, мінеральної води, а також солоду. Має головний завод у Києві та ряд виробничих майданчиків в Олександрії, Чемерівцях, Фастові, Красилові й інших містах. Понад 40 років на ринку, постачає продукцію до 78 країн.

5. «ПРЕМ'ЄР ФУД», ТОВ - українська виробничо-логістична ГК з власним брендом "Mr. Grill" — лідер у категорії "хот-доги" та сегменті street food в Україні з 17-річною історією. Географія експорту - понад 10 країн. Premier FOOD Group надає партнерам комплексні рішення: від виготовлення продукції до доставки на торговельну точку; власне виробництво під брендом Mr.Grill у Вінницькій обл. потужністю в 12 000+ т продукції на рік.

6. ProdExport LTD - експортер харчових продуктів з Одеси. Спеціалізується на експорті м'яса птиці, заморожених та сухих яєчних продуктів, зернових, овочів, цитрусових, молочних товарів, горіхів і меду. Компанія оформлює ветеринарні сертифікати і документи (BIVAC, SGS, Cotecna), а також працює з сертифікатами HALAL і CNCA для ринків Африки та Близького Сходу. →

НОВИНИ АСОЦІАЦІЇ

Стенд замороженої продукції Frozen Food:

1. «АСВФРУТ», ТОВ
Українська компанія, що динамічно розвивається у сфері переробки та консервування фруктів і овочів. Заснована у 2024 р., вона вже демонструє активно розширює напрямки діяльності — від вирощування продукції до логістики та торгівлі.

2. «Вест Бері», ТОВ

Один із найбільших українських експортерів свіжих і заморожених ягід, заснований у 2016 році. Компанія об'єднала вирощування, переробку, замороження й логістику, має власний автопарк рефрижераторів стандарту Euro-6 і активно постачає продукцію до більшості країн Європи. Експортер «Вест Бері» сертифікований відповідно до органічного регулювання ЄС «Органік Стандарт».

3. «ГОЛДБЕРІ», ТОВ

Провідний виробник високоякісних ягід під ТМ GREENGRACE. Спеціалізується на вирощуванні суниці садової та малини на площі 45 га в Київській області, Обухівського району. В планах на 2025 рік - вирощувати 200 тонн суниці садової та 250 тонн малини.

4. Київський БКК, ТОВ

Провідний український виробник кондитерської продукції: торти, тістечка, унікальні рецепти й детальне ручне декорування. В асортименті - понад 90 позицій, включаючи добре відомі назви: «Київський дарунок», «Грильяжний глазурований», «Празький з вишнею», «Київські каштани» та інші.

5. "САВ АГРО ПАРТНЕР", ТОВ

Компанія заснована в 2017 році, спеціалізується на вирощенні і подальшому заморожуванні та продажу овочів, ягід. Локалізується у Волинської області, загальний земельний банк - понад 150 га. Завдяки тісній співпраці з ТОВ "Органікстандарт" підприємство було сертифіковане як органічний виробник. →

6. TARTA, ТОВ

Український бренд, що пропонує торти та тістечка, які відповідають усім суворим виробничим стандартам якості. Постачання інгредієнтів здійснюється сертифікованими постачальниками з України та Європи. У виробництві використовуються натуральні та свіжі інгредієнти без добавок та підсилювачів смаків.

7. Три Ведмеді, ТОВ

Українська виробничо-торгова компанія (заснована 1998/2001), що спеціалізується на морозиві та широкій лінійці заморожених напівфабрикатів, є одним з лідерів в Україні в цій галузі.

8. «ФРУТ РІВЕР ГРУП», ТОВ

Компанія в Івано-Франківській області, що спеціалізується на виробництві органічних фруктових концентратів, зокрема, яблучного соку; має сертифікацію за європейськими стандартами органічного виробництва, поєднує сучасні технології переробки з екологічно чистими методами вирощування фруктів.

Результати участі:

- Проведено 500+ B2B зустрічей з міжнародними імпортерами, в процесі — підписання нових контрактів.
- Учасники відзначили високий попит, актуальність української продукції, та інтерес до сталих і натуральних рішень з боку європейських байерів.

«Радіємо за наших учасників - і працюємо далі! Вже почали готуватися до Fruit Logistica 2026, що відбудеться з 4 по 6 лютого в Берліні, куди вже почали реєстрацію, та Biofach 2026 у Нюрнберзі (10-13 лютого). Тож закликаємо всіх експортерів і тих, хто лише думає про вихід на зовнішні ринки – долучатися до нас. Ми беремо на себе всі організаційні питання і повний супровід до та в період виставки, щоб учасники могли повністю зосередитися на своїх ключових завданнях», — **Любов Білобрух, виконавча директорка Асоціації «Ягідництво України».**

Фоторепортаж з події - на нашому сайті →

ВІДГУКИ УЧАСНИКІВ ANUGA 2025:

Володимир ЧОРНОБАЙ, директор «Голбері»:

«Ми вперше беремо участь в міжнародній виставці, і дуже задоволені результатом! Всього за кілька днів мали багато зустрічей з потенційними покупцями з різних країн, й очікуємо велику кількість нових контрактів. Вже є декілька розпочатих діалогів щодо можливих поставок.

Якби не допомога Асоціації, ми б не мали цієї можливості. Тому будемо плідно співпрацювати й надалі!

Юрій ШОЛОГОН, керівник «Вест Бері»:

«Ми не вперше беремо участь у міжнародних виставках. Були вже і тут, на Anuga, І на Sial в Парижі, і кілька разів на Biofach в Нюрнберзі та ін. З допомогою подібних заходів ми постійно розширюємо ринки збуту. Участь також дає змогу оцінити ринок, проаналізувати ключові тренди, дізнатися про актуальні ціни на ягоду та її кількість на ринку.

Раді, що Асоціація полегшує нашу роботу. Минулоріч за підтримки АЯУ ми виграли грант на обладнання».

Володимир СОПРОНЮК, власник «Сав Агро Партнер»:

«Вже маємо вагомі результати: плануємо підписати декілька нових контрактів і запросити нових клієнтів до нас на виробництво для ознайомлення. Рвдяки нашій постійній участі у подібних міжнародних заходах в нас вже запитів на нашу продукцію більше, ніж самої продукції. Вже не вистачає товару, тож думаємо над тим, як збільшити обсяги. Це добре, що завдяки підтримці таких об'єднань як Асоціація «Ягідництво України» молоді експортери мають змогу розвиватися».

** Національний стенд України з експортерами ягідної продукції на міжнародній виставці ANUGA 2025 організовано Асоціацією «Ягідництво України» у партнерстві з державною установою «Офіс з розвитку підприємництва та експорту», національним проєктом Дія.Бізнес, та за підтримки Швейцарії в межах двох програм:*

- *Глобальної програми якості та стандартів (GQSP), що імплементується ЮНІДО (спеціалізованою агенцією Організації Об'єднаних Націй);*
- *Швейцарської програми просування імпорту (SIPPO), що впроваджується Швейцарською фундацією технічного співробітництва з розвитку «Свісконтакт».*

Як змінюються ринки лохини та малини

Автор: Ірина КУХТІНА,
Президентка Асоціації «Ягідництво України»

Щоб зрозуміти, що насправді відбувається на ягідному ринку, недостатньо дивитися лише на ціни під час сезону. У ягоди короткий період від посадки до врожаю, і вже за 3–5 років ландшафт ринку може повністю змінитися. Тому для розуміння короткострокових тенденцій треба дивитися на 3–5 років, а для оцінки великих змін – на 7–10. Глибше – це надто довго для ягід. У цій статті ми розглянемо тенденції міжнародної торгівлі ягодами, які є основними експортними позиціями України, щоб зрозуміти, куди рухається ринок.

Лохина: ринок виріс, але маржинальність падає

Насамперед важливо: світовий ринок лохини різко виріс. Це створило простір для нових гравців і переформатувало баланс сил. На хвилі цього зростання на перші

позиції вийшло Перу, яке суттєво наростило обсяги виробництва та експорту й «відкусило» частину ринку у традиційних постачальників, зокрема Чилі (повернулася на рівень 2017 року) та Іспанії.

Серед ТОП-5 експортерів лише Нідерланди є перепродавцем, тоді як інші країни (Перу, Чилі, Польща, Іспанія) одночасно є великими виробниками.

Проблема лохини прихована в економіці: обсяги експорту зростають, але ціна майже не змінюється протягом останніх років. На тлі глобальної інфляції це означає падіння прибутковості. У той час як інші ягоди дорожчають, лохина стає менш маржинальною, хоча й залишається лідером за зростанням обсягів продажів серед ягід.

Свіжа малина: нова модель ринку

Світовий ринок свіжої малини зростає, але ще важливіше – він за останні 7 років змінив модель розвитку.

Приклад Польщі показовий: вона скоротила обсяги експорту приблизно на 30%, але подвоїла його вартість. Причина – у переході до більш сучасної моделі:

- використання клубних (комерційних) сортів;
- вирощування у захищеному ґрунті, включно з контейнерними технологіями;
- контрактне вир-цтво під конкретні експортні угоди.

Цей підхід вимагає значних інвестицій і створює бар'єр входу: для нових фермерів у сегмент свіжої малини заходити дедалі складніше. Фактично, ринок перейшов від масового «вирощено – продано» до моделі «вирощено під контракт».

Серед основних експортерів свіжої малини лідирують Марокко, Португалія, Польща, Іспанія та Мексика. Саме вони задають тон у формуванні світових цін та стандартів якості.

Заморожена малина: стабільність із чіткою межею ціни

Цифри показують: світова потреба у замороженій малині стабільно тримається на рівні близько 500 тис. тонн на рік. Це не «ринок без меж», на відміну від свіжої ягоди.

Пік цін у 2022 році спричинив падіння обсягів, і ринок відновлювався ще два сезони. Логіка проста: заморожена малина – це інгредієнт. Якщо через високу ціну її прибрали з рецептур, повернути назад швидко неможливо. →

Досвід 2022–2023 років також чітко окреслив межу: ринок сприймає ціну на заморожену малину екстра-класу до 2,8–3 €/кг. Якщо ціна перевищує цей рівень, попит різко падає. Це явище впливає щонайменше на два наступних сезони.

У цьому сегменті відбулися і географічні зрушення. Україна наростила обсяги та витіснила Сербію, яка скоротила виробництво до 60 тис. тонн у 2024 році. Частину свого експорту Сербія компенсує реекспортом ягід із сусідніх країн, але саме український продукт посів її місце завдяки нижчій ціні. Це підтверджує: демпінг дозволяє швидко завоювати частку ринку, але не є стійкою стратегією.

Серед основних експортерів замороженої малини лідирують Україна, Сербія, Польща, Чилі та Боснія і Герцеговина.

Висновки

Лохина: ринок виріс, але маржинальність знижується. Проблема – у стагнації ціни при інфляції.

Свіжа малина: сегмент стає високотехнологічним і контрактним, що піднімає бар'єр входу для нових фермерів. Польща показує, як зміна моделі дозволяє підняти вартість експорту навіть при зниженні обсягів. ТОП-5 експортерів (Марокко, Португалія, Польща, Іспанія, Мексика) формують нові стандарти.

Заморожена малина: попит стабільний у межах 500 тис. тонн, але ринок надзвичайно чутливий до ціни. Межа прийнятності – 2,8–3 €/кг. Україна тимчасово виграла за рахунок витіснення Сербії, але утримати позиції демпінгом неможливо. ТОП-5 експортерів (Україна, Сербія, Польща, Чилі, Боснія і Герцеговина).

Більше – на нашому сайті за посиланням.

Динаміка виробництва та зовнішньої торгівлі ягодами України

В останні роки темпи спаду виробництва ягід в Україні уповільнилися, попри негативний вплив зовнішніх чинників, серед яких руйнування інфраструктури, нестача робочої сили та зростання собівартості. Основним фактором такої відносної стабілізації став перерозподіл часток виробництва між різними видами ягід.

Через ріст попиту у світі, не припинив зростати експорт українських ягід, зокрема: експорт свіжих ягід зріс на 72% порівняно з 2022, а заморожених - на 24%.

Основними імпортерами свіжих ягід є Польща(34%) та Нідерланди(28%), які з 2022 збільшили імпорт з України вдвічі. Також зростає частка Грузії, Німеччини, Молдови та Румунії.

Заморожені ягоди імпортують: Польща (35%), Німеччина(23%) Австрія (10%) та Італія (8%). Німеччина та Австрія наростили поставки з України вдвічі пор. з 2022. Імпорт залишається незначним, і його розглянемо далі.

Суниця садова :

В 2022 році об'єм виробництва зменшився на 7,9 тис. тонн що складає 12%. В 2023-2024 роках спад уповільнився і загалом склав лише 2 тис. тонн (4%).

Оскільки виробництво спадає, Україна все менше може забезпечити свій внутрішній попит на свіжу суницю що зумовлює ріст імпорту. Основним експортером залишається Греція, частка якої в українському імпорті 95%.

Зростає експорт замороженої суниці. Хоча він все ще на 20% нижчий за 2022, коли ще були довоєнні залишки, але вже вищий за обсяги 2023-го і продовжує рости. Основними імпортерами є Польща (60%) та Німеччина (10%).

Зменшується експорт свіжої суниці, що є продовженням тренду помітного ще з 2017 року. Хоча у 2024 році показники збільшились за рахунок поставок до Румунії які підвищили експорт на 30% порівняно з 2023

Збільшується частка імпорту замороженої суниці, зокрема порівняно з 2023 імпорт з Єгипту зріс втричі.

Малина:

Виробництво малини також зменшилось, загальні втрати складають 2.7 тис тонн, (7.5%), хоча ситуація неоднорідна і залежить від конкретного підприємства.

Більше постраждав експорт свіжої малини, оскільки він менший за об'ємами і більш вразливий для таких коливань. Основними імпортерами залишаються Польща та Нідерланди. Оскільки імпорт малини складається переважно із преміум сортів, через зменшення попиту на них він впав і залишається на нижчому рівні. Основними експортерами залишаються Іспанія та Марокко.

Експорт замороженої малини продовжує лінійне зростання на 10 тис. тонн на рік. Основними імпортерами є Польща(40%) та Німеччина(30%), остання наростила поставки у 2023 році в 2 рази а в 2024 в 3 рази порівняно з 2022. Також збільшили поставки Бельгія Австрія Італія та Франція. Імпорт цієї категорії залишається незначним.

→

Смородина:

Виробництво смородини менше постраждало в 2022 році, але продовжує спадати на 6-7% кожного року.

Хоча виробництво і спадає, Україна повернулась на обсяги експорту свіжої смородини на рівні 2022 року, оскільки європейські ринки забезпечують кращі ціни за внутрішній. Основним імпортером залишається Польща що купує більше 90 % смородини. Також відновлюється експорт до Молдови, яка раніше була одним із ключових імпортерів української смородини. Свіжа смородина Україною майже не імпортується.

Поступово відновлюється експорт і замороженої смородини, він все ще на 40% менший від 2022го року, але збільшився вдвічі порівняно з 2023. Основним імпортером є Польща (40%), далі Німеччина (15%), Франція (5%), Австрія (5%) та Італія (4%).

Вдвічі порівняно з 2023 скоротилась частка імпортної замороженої смородини, а основними експортерами залишаються Німеччина(60%) та Нідерланди(40%).

Лохина:

Державна статистика охоплює малу частину плантацій лохини, але вона показує загальну тенденцію росту виробництва майже вдвічі з 2022 року. Це зумовлюється появою нових плантацій, і поступовим збільшення врожайності старих.

Свіжий експорт продовжує зростати в середньому на 2-3 тис. тонн на рік, основними імпортерами залишаються Польща(30%) та Нідерланди(40%). Нідерланди порівняно з 2023 роком збільшили імпорт вдвічі. Також імпортують свіжу лохину Велика Британія (5%), Молдова(5%) та Грузія(6%). Україна ж зменшила імпорт свіжої лохини вдвічі порівняно з 2023. Основними постачальниками залишаються Іспанія, Перу та Марокко.

Заморожений експорт відновлюється після проблем із інфраструктурою у 2023 році і вже має обсяги на рівні 2022 року. Основними імпортерами є Польща(30%), Німеччина(20%), Австрія(15%) та Італія(20%). В Україну в свою чергу імпортуються лише деякі преміальні сорти, переважно з Польщі та Канади.

ТУНЕЛЬНІ ТЕПЛИЦІ ДЛЯ РАННІХ ЯГІД: БІЗНЕС-ТУР ДО ПОЛЬЩІ

7-го серпня відбувся бізнес-тур українських ягідників за участі фахівців Асоціації «Ягідництво України» до **Польщі** на виробничі потужності господарств із вирощування ремонтантних сортів малини, ожини, суниці садової, де застосовується продукція компаній **Haygrove** (виробника тунельних теплиць) та **Ceres** (провідного постачальника субстратів, матеріалів і устаткування для розплідників і теплиць).

Захід було організовано на запрошення компанії Haygrove з метою обміну досвідом з українськими партнерами та вивчення інноваційних технологій в даній галузі.

Упродовж туру учасники відвідали два господарства поблизу міста Плоньск, де знайомилися з різними **аспектами тунельного вирощування ремонтантної малини, суниці садової та ожини**, зосередившись на перевагах вирощування в тунельних теплицях різних модифікацій, особливостях вентиляції та інших аспектах догляду за культурами.

Говорячи про переваги тунельного тепличного вирощування перед відкритим ґрунтом, представники компанії Haygrove акцентували, що ця методика дозволяє **подовжити сезон збору врожаю** (у тунелі ягоди дозрівають раніше навесні і пізніше восени) та дає можливість мати **2 хвилі врожаю** ремонтантних сортів (особливо актуально для малини), ягоди при такому вирощуванні мають **високу якість, гарний товарний вигляд.**

→

«Таким чином, є можливість виходу продукції на ринок в міжсезоння, коли ціна вища. на ринку вища» - відзначили в компанії.

Серед інших переваг:

- Захист від несприятливих погодних умов: дощів, граду, сильного вітру, весняних і осінніх заморозків.
- Кращий контроль вологості та мікроклімату: можна регулювати зрошення, вентиляцію, температуру, що в результаті знижує ризик хвороб, викликаних надмірною вологістю або стресом.

«Для високої врожайності дуже важливо підтримувати постійну температуру в теплиці, що і забезпечує нам такий тунельний метод, висота теплиць в якому сягає 5.5-6 метрів. Не менш важливим, особливо для малини, є захист від вітру – адже саме в результаті коливання плоди дуже пошкоджуються.

Таким чином, технологія дає нам кращу якість ягід та вищу врожайність – у 1,5–2 рази більшу, ніж у відкритому ґрунті».

Одним з найважливіших факторів, які забезпечують стабільний мікроклімат у тунелях, є **обладнання теплиць ефективними системами вентиляції (система запатентована компанією Haygrove).**

Ключова особливість **системи EZvent-bend** - точка закінчення вентиляції, розташована приблизно за 2 метри вище дуги каркасу тунелю. Система гнучка у використанні, оскільки може працювати як з ручним, так і з електричним приводом.

«На менших виробничих майданчиках ми можемо проводити вентиляцію вручну, а от на площах від 2 га швидко й ефективно здійснити провітрювання вручну неможливо, тож тут застосовуємо EZvent на електроприводі. Це дуже економить витрати на людську працю, менеджер може керувати процесом просто зі свого смартфону, тож нам не доводиться наймати багато працівників, брак яких відчуваємо останнім часом – в тому числі і через неможливість виїзду українських чоловіків, на які припадала значна частка залучення у цій діяльності» - коментує фахівець Haygrove. - Якщо застосовувати щоденне провітрювання з самого початку сезону, то можна до 15% підвищити врожайність. Для цієї системи важливо, щоб тунель був якомога вищим – біля 5,5-6 м, тоді температура підтримуватиметься на однаковому рівні».

Продовження - на нашому сайті за посиланням.

Володимир ЧОРНОБАЙ

директор ТОВ «ГОЛДБЕРІ»:

«МИ МАЄМО ПОКАЗАТИ ЄВРОПІ, ЩО Є СЕРЙОЗНИМИ ПАРТНЕРАМИ»

Всього в 20 км на південь від Києва, на Обухівщині, розкинулись мальовничі поля ягідного підприємства «Голдбері», продукція якої відома в мережі супермаркетів під ТМ GREENGRACE.

Ми приїхали сюди у наприкінці вересня, у розпалі збору пізньої малини: познайомитися з виробництвом, поспілкуватися про перспективи розвитку українського ягідництва та просто для дружнього візиту, адже з ТОВ «Голдбері» - членом АЯУ, нас пов'язують давні партнерські зв'язки.

Нас зустрічає молодий власник господарства — Володимир Чорнобай. Поки на полях триває збір ремонтантної малини, ми маємо нагоду дізнатись більше про господарство, що впевнено завойовує міжнародні ринки.

— Пане Володимире, з чого починалась історія «Голдбері»?

- Заснували підприємство у 2017 році, а вже в 2018 почали перші посадки — суниця, літня та осіння малина. Спершу ми працювали в зерновому секторі, але вирішили зробити ставку на більш капіталізований гектар. Близькість до Києва дала логістичну перевагу: свіжу, якісну продукцію можна швидко доставляти на ринок столиці.

На сьогоднішній день у нас понад 51 га землі в обробітку, з яких 15 га займає суниця садова та 25 га –

малина, все під зрошенням. Близько 11 га частково під сівозміною та однорічним циклом вирощуванням овочевого напряму - цукрової кукурудзи, болгарського солодкого перцю. Але працюємо над подальшим розширенням.

Поки ми говоримо, на полях триває збір пізньої малини. Аромат ягід наповнює повітря, касети наповнюються швидко — урожай щедрий. Куштуємо – дуже смачна! Але, як пояснює Володимир, усе це — результат кропіткої праці, постійного вдосконалення та адаптації.

- Цього року, попри примхи погоди, ми задоволені: урожайність - на достойному рівні. Але ще більше уваги приділяємо якості, бо в пріоритеті у нас свіжий ринок, а саме - рітейл, де вищі критерії до якості продукції. →

Ми також розвиваємо овочевий напрямок. Цього року — 11 гектарів під солодким перцем і цукровою кукурудзою. Але загалом готуємось до серйозного масштабування.

Людський ресурс - найцінніший

Неможливо не помітити, з яким ентузіазмом працює команда на полях. Ми поспілкувались із жінками, які саме збирали малину. Керівниця бригади Раїса натхненно розповіла, що працює тут уже багато років, і дуже задоволена.

- В мене і прізвище відповідне – Полуниця, - сміється Раїса. – То ж сама доля веліла працювати в цій сфері, в яку я просто закохана!

І дівчата задоволені! Сезон в нас починається з ранньої весни, ми проводимо підготовчі роботі до майбутнього плодоношення, і закінчується аж в листопаді, після збору всіх врожаїв і та підготовки культур до зими. Таким чином, в наших працівників майже цілорічно є робота. Людський ресурс найцінніший, тож ми намагаємося його утримувати і всіляко мотивувати, аби людям було вигідно працювати на своїй землі, а не виїжджати на заробітки до тієї ж Польщі: оплата в нас вища, ніж на інших підприємствах, для працівників створені гарні умови: нові гуртожитки з душовими, гарячою водою цілодобово, їдальнею – словом, є все для комфортного відпочинку після роботи. Люди приїжджають з різних регіонів, влітку було багато студентів, і деякі вже просяться до нас знову.

Власна переробка та ставка на експорт

- Зараз наш фокус - створення власної переробної інфраструктури. Це побудова власної переробки статичної майбутньої тунельної заморозки, в базу якої буде входити власне вирощена сировина. Плануємо запустити невеликий завод, який дозволить переробляти від 1 000 до 2 000 тонн ягід щороку. А в перспективі - велике підприємство з потужністю до 60 тонн на добу, повністю завантажене власною сировиною. Розглядаємо побудову зрошувальних систем до 1000 гектарів на перспективу найближчих 5 років, — *розповідає Володимир.*

- Паралельно готуємо базу для сертифікації Global G.A.P., а наші партнери, в яких ми проводили переробку та заморожування нашої продукції, теж сертифіковані по системі HACCP та BRC, тому безпечність і якість продукції контролюється від моменту вирощування до моменту переробки та поставки до нашого клієнта.

- Цього сезону компанія вперше вийшла на експорт, відправивши 40 тонн полуниці та готуючи до продажу за кордон 100 тонн малини, замороженої на потужностях партнерів. Це - перший, але важливий крок на шляху до міжнародних ринків.

- 90% нашої продукції плануємо орієнтувати на експорт. Співпраця з Асоціацією «Ягідництво України» (АЯУ) дала реальні результати. Після участі у міжнародних виставках, наприклад у Fruit Logistica чи Fruit Attraction, ми побачили, що західні партнери сприймають нас серйозніше, коли ми виступаємо як організований сектор →.

Останній бізнес-тур до Нідерландів, організований АЯУ, де ми зустрічалися з багатьма іноземними партнерами - це лише підтвердив.

Технології та виклики ягідного бізнесу

— Один із головних викликів — кадровий голод. Збір малини в сезон вартує нам понад 2 долари за кілограм, і це серйозно впливає на собівартість. Тому ми вже активно розглядаємо механізацію збору, хоча розуміємо, що це не просто — малина дуже делікатна культура.

— Якщо дивитися на ринок об'єктивно, то нестача робочих рук буде лише посилюватися. Так само і великі переробні підприємства, які не мають своєї сировинної бази, щороку все більше відчувають дефіцит якісної продукції. Тому ми будуємо бізнес так, щоб виробник і переробник були єдиною командою, в межах одного підприємства.

— Ми вже зараз готуємося до розширення зрошуваних площ до 1000 гектарів у найближчі п'ять років. Розглядаємо різні культури — овочі (перець, цибуля, томати, буряк, кукурудза), а також кісточкові плодові вишня, слива. Все — з можливістю механізованого або напівмеханізованого збору.

З любов'ю до землі

- Якщо чесно, не думав, що у 28 років стану головою колгоспу, — усміхається Володимир. — Але свого часу прислухався до думки дуже авторитетної для мене людини – свого батька, який теж був успішним в аграрному виробництві. Мабуть, від нього я і успадкував любов до землі. Після школи отримав аграрну освіту, почав працювати. На жаль, батько цього року загинув, але його настанови допомагають мені в роботі і досі. Я продовжую цей шлях.

Фінальний штрих

На завершення нашої розмови, Володимир ділиться думкою, що українських виробників недооцінюють на Заході, - і це треба змінювати. Потрібно будувати репутацію, створювати історію, показувати стабільність.

— Досі до України ставляться з певною обережністю – стосовно якихось інвестицій, контрактів та ін., і через війну, і в цілому – нас трохи недооцінюють як партнерів, з якими можна вести серйозну роботу. Тож ми маємо заявити про себе перед Європою, показати, що є серйозними партнерами, вміємо працювати на досить високому, достойному рівні і готові до систематичної співпраці.

Володимир СОПРОНЮК,
директор ТОВ «САВ АГРО ПАРТНЕР»:

«УКРАЇНА ЙДЕ ШЛЯХОМ ПОЛЬЩІ У РОЗВИТКУ ЯГІДНИЦТВА»

Волинь – один із благодатних регіонів для розвитку українського ягідництва. Безпосередня близькість до європейського кордону дозволяє істотно скоротити транспортні витрати та час при експортуванні продукції.

На території підприємства «BioFrozen», що в структурі компанії «САВ АГРО ПАРТНЕР» – кипить робота. Тут зберігаються тонни ягід, працює переробне обладнання, а співробітники обговорюють оновлення техніки, нові контракти та виставки за кордоном.

Андрій Бурак, директор заводу, зустрічає нас і знайомить з усіма етапами виробництва.

– В підпорядкуванні компанії «САВ АГРО ПАРТНЕР» – два підприємства. Одне – з вирощування органічної продукції, яку ми переробляємо. І друге – це власне даний завод, BioFrozen, займається переробкою, заморожуванням і зберіганням. Така собі повна замкнена ланка», – пояснює пан Андрій, проводячи екскурсію.

У цехах нас зустрічають **головний технолог Тетяна та головний інженер Віталій,** *які особисто контролюють всі процеси переробки. Тетяна розповідає про оновлене устаткування для заморозки й калібрування ягід.*

– На кожен вид ягід – свій режим заморожування. – Наприклад, чорниця має дрібніший калібр, її треба охолоджувати швидше, щоб зберегти форму. А ось малина – дуже ніжна, її легше пошкодити, тож підхід інший.

Поки йдемо далі – до зони сортування – Віталій показує на нову лінію з оптоволоконним контролем і автоматичним калібруванням ягід:

– Це нове обладнання поставили цього року. Лазер визначає розмір і дефекти ягід – далі система автоматично розподіляє їх за класами. Це суттєво зменшує ручну працю, пришвидшує процес і знижує похибку. Та й для замовника це плюс – якість прогнозована. →

Але особлива гордість підприємства – новенька лінія тунельної заморозки, придбана цьогоріч. Попри те, що працівники лише оволодівають новими технологіями, вже видно збільшення ефективності виробництва в рази.

– Тунельна заморозка – це зовсім інша якість ягід, - пояснює Віталій. – Тут кожна ягідка піддається заморозці окремо від іншої, за рахунок постійного руху на стрічці, на відміну від шокової заморозки – де просто в морозильну камеру поміщали ящики з ягодами, і вони замерзалися суцільним блоком, який потім розбивали вручну. Відповідно, якість такого продукту була значно нижчою.

Новітнє обладнання – це не лише поліпшення якості продукту, а й полегшення виробничих процесів.

– Короби заклеюються з допомогою клеярки, далі їдуть на металошукач, де їх просвічують на відсутність сторонніх предметів. Потім на короби ставиться печатка, і короби йдуть на стрейчувальний апарат, який сам обмотує короби плівкою. Раніше ж працівники робили це вручну.

Біля сортувальної лінії працівниці саме сортують малину: Пошкоджені ягідки ідуть окремо – на грис, який також експортується.

Про якість — не на словах, а в сертифікатах

Сертифікати «Органікстандарт», HACCP, BRC, якими підтверджена продукція підприємства – вимоги імпортерів.

– Органічна продукція не має перетинатися зі звичайною. Це правило. Все обладнання після «неорганіки» миється, персонал проходить інструктажі щодня, — пояснює Андрій Бурак. – Ми запрошуємо аудитора від «Органікстандарт», який щорічно підтверджує статус.

Окрім сертифікації, підприємство зараз завершує реконструкцію холодильних приміщень, будує нові камери і санітарні зони – все відповідно до європейських норм: окремо «чисті» й «брудні» зони, пропускники, окремі цехи для різних етапів.

А ще – планується продовжити оновлення техніки. Головна мета – підвищити швидкість і якість переробки. У списку бажаного: нові сортувальні лазери, шнекові подавачі, обладнання для мінімізації відходів. Частково – за грантові кошти.

2025-й: рік погодних примх й масштабування

Попри інвестиції, 2025 рік виявився складним: весняні заморозки знищили значну частину врожаю.

– Був мороз -5-6 у травні. Накривали агроволокном, димили, але нічого не допомогло, — зітхає Андрій. – Суниця садова постраждала найбільше, як і інші культури. У всіх партнерів – схожа ситуація.

Це вдарило і по експорту. Але компанія не зупиняється – навпаки, готується до більшого масштабування.

Вихід - у диверсифікації та технологіях

В розпал робочого дня на завод прибуває і сам гене-

ральний **директор компанії «САВ АГРО ПАРТНЕР» – Володимир Миколайович СОПРОНЮК**, *в підпорядкуванні якого, окрім переробного заводу, 150 га земельного банку, що забезпечує завод сировиною. Крім того, ягоди приймають і від населення – не лише культур з фермерських плантацій, а й дикорослі: чорницю, обліпиху, ожину, гриби.*

Володимир Миколайович не приховує: плани в підприємства – амбітні.

– Зараз маємо близько 40 гектарів полуниці, 30 гектарів плодоносної малини. Ще десь 15-20 – молоді насадження. Ціль – збільшити врожай вдвічі: вийти на 1000 тонн полуниці і 500 тонн малини на сезон.

Щоб не залежати від погоди, господарство вкладає в нові площі. Розширюють поля, вишню й обліпиху. Встановлюють тунелі та агроволокно – захист від заморозків.

– Плануємо обладнати тунелі на 4 га, це дозволить зменшити ризики втрат від весняних заморозків.

На підприємстві можуть переробити до 80 тонн ягід на добу – залежно від виду. Закуповують агрокомбайни, зменшують потребу в ручній праці.

– Персонал знайти складно, багато виїхали. Але ми навчаємо, цінуємо кожного працівника. Розвиток малого і середнього фермерства — це шлях до сильної економіки. Краще мати власну теплицю, ніж віддати пай великому агрохолдингу за мішок зерна, — переконаний Володимир.

Експорт та вихід на нові ринки

Географія експорту – широка. Сьогодні продукція компанії іде в Чехію, Польщу, Литву, Німеччину, Францію, Італію. Також готують документи для ринку США. І велику роль цьому відграє участь у заходах, які організовує Асоціація «Ягідництво України» - про що нам чути особливо приємно.

– Ми співпрацюємо з Асоціацією вже багато років. Завдяки їм були на виставках у Німеччині (Anuga, BioFach), Франції SIAL, Дубаї (Gulfood), в бізнес-турі до Нідерландів. Від останніх вже маємо вагомі результати: плануємо підписати декілька нових контрактів і запросити нових клієнтів на виробництво для ознайомлення.

Але виклик номер один – нестача сировини.

– На сьогоднішній день в нас запитів від імпортерів більше, ніж самої продукції. Тому активно розширюємося.

І трохи філософії

На завершення Володимир ділиться думками, які звучать не як бізнес-порада, а як заклик:

– Зараз Україна йде шляхом Польщі у розвитку ягідництва. І важливим кроком у цьому є децентралізація агробізнесу. Було б добре, аби люди забирали свої паї від агрохолдингів і відкривали власні ягідники. Дрібні та середні фермери створюють більше робочих місць на 1 гектар, ніж великі агрохолдинги, а отже – це шлях до зайнятості та сільського населення і відродження регіонів в цілому».

Побажання для колег по бізнесу

– Хочу побажати представникам ягідного бізнесу об'єднуватися, розвивати власне виробництво, рухатися до якості, і не боятись експорту. Україна має величезний потенціал – його треба реалізувати розумно, системно і з думкою про людей.

Ірина КОБРИНЕЦЬ

кандидат с/г наук,
агроном-консультант
з вирощування ягідних культур

ЯГІДНИЙ СЕЗОН-2025: ЯКИМ ВІН БУВ ДЛЯ ВИРОБНИКІВ

Про особливості цьогорічного сезону було вже багато розмов. Але остаточні підсумки доцільно робити саме зараз, коли ягідний сезон добіг до кінця. То яким же він був для ягідників?

СУНИЦЯ: ЗАТРИМКА РОСТУ ЧЕРЕЗ ХОЛОД

Сезон робіт на суничних плантаціях відкривають виробники, які працюють в тунелях. Вже з початку лютого тунелі закривають для того, щоб пришвидшити початок вегетації. В цьому році досить високі температури в кінці січня - на початку лютого змінилися **сильними морозами** на рівні -15...-20 градусів. Додаткове укриття агроволокном, яке передбачене в багатьох виробників, допомогло зберегти рослини від підмерзання, але швидкого розвитку рослин через холод не було. Не сприяла цьому і холодна весна. Були виробники, яким вдалося отримати урожай суниці вже в 20-х числах квітня, але це було дуже непросто і переважно в невеликих господарствах.

З тих, хто вирощує суницю у відкритому ґрунті, менше постраждали виробники, які вирощували суницю без гребенів або ті, хто свою гребеневу посадку вкрив агроволокном. Суниця, яка вирощувалася на гребенях без додаткового укриття, зазнала досить сильних підмерзань, особливо ремонтантні сорти.

Не менш **екстремальною була погода навесні**. Як вже звично для останніх років, березень стартував з теплом, в деяких регіонах починалося відновлення вегетації, зате квітень був мінливий, з частими морозами і навіть подекуди зі снігом. Остаточного удару завдали **весняні заморозки в травні**, які були досить сильними і тривалими.

В багатьох регіонах початок сезону був дощовим, довелося боротися з тиском **грибкових захворювань**.

Кому ж вдалося закінчити суничний сезон з прибутком?

Тим виробникам, які були **високотехнологічними, забезпечили захист** від несприятливих погодних умов на всіх етапах, правильно здійснювали захист (превентивне використання **фунгіцидів** хорошої якості, достатню кількість обробок) і систематично використовували необхідні **агротехнічні прийоми** (сівозміна, встеляння міжрядь соломою, контроль азоту). Також тим, які в структурі насаджень мали **ремонтантні сорти**. Навіть

втративши частину урожаю першої хвилі, вони мали можливість надолужити втрачене протягом літа-осені.

Найбільш захищеними є ті, хто працює в **закритому грунті.** Проте ризики і для них навесні дуже високі. На мою думку, найбільш доцільно заповнювати тунелі ремонтантними сортами. При цьому за будь-яких умов виробник буде з урожаєм, і зможе реалізовувати максимально довго. На сьогоднішній день на ринках все ще присутня суниця вітчизняного виробництва з тунелів, а також з відкритого грунту (в цьому випадку використовується агроволокно та деякі допоміжні речовини, антистресанти).

МАЛИНА: ЗБІР ЛІТНЬОЇ ЗАТРИМАВСЯ ЧЕРЕЗ ПОСУХУ

Сезон був для різних регіонів неоднаковим. В багатьох виробників постраждала від **висихання рано навесні літня малина**. Це є приводом задуматися про те, яким чином забезпечити вологою насадження в критичні періоди. Сезон збору значно затримався. Ті, кому вдалося зберегти плантацію, мали хороший урожай і високу ціну. Попит на якісну ягоду на свіжому ринку був великий. Багато виробників закривали його і за рахунок ремонтантних сортів.

Ситуація з **ремонтантними сортами відрізнялася,** залежно від того, на скільки насадження постраждали в травні, та коли були перші морози в вересні. Ті, в кого в травні малина тільки примерзла, почали збір урожаю з затримкою в приблизно 2 тижні. Ті, в кого малина в травні дуже сильно померзла, почали збір пізніше майже на місяць. І також у вересні були заморозки різної інтенсивності. Температуру до -2 градусів малина витримала без проблем, дещо пригальмувала плодоношення, але збір триває в окремих господарствах і досі. В деяких локаціях вже у вересні були заморозки на рівні -6 градусів. Для таких виробників сезон тоді ж і завершився. Загалом спостерігався н**едобір урожаю малини у відкритому грунті.** Ціна реалізації була хорошою. В закритому грунті малини в Україні поки дуже мало.

ЛОХИНА: ВИГРАЛИ МАЛІ ВИРОБНИКИ

Для виробників лохини сезон був дуже непростим. Частина бруньок підмерзла від морозів в окремих регіонах взимку. Навесні не всім вдалося захистити цвіт. І це було пов'язано не з байдужістю виробників, а з дуже **низькими температурами під час цвітіння** (нижче -5 градусів). У господарствах, які вирощують малину в контейнерах у відкритому грунті, спостерігалося підмерзання кореневої системи. Ціна на оптових ринках в цьому році не була дуже високою. Більше вигравали виробники, які організовували локальні точки продажу і **реалізовували ягоду самостійно.** Це, звісно, простіше організувати було малим виробникам. Звісно, окрема калькуляція у виробників, які експортували свіжу ягоду.

ІНШІ ЯГІДНІ КУЛЬТУРИ

Досі залишається нішевою ягодою **ожина.** На неї тримається хороша ціна і у виробників інтерес до цієї культури жвавішає.

Дуже задоволеними сезоном виявилися виробники **альпійської суниці.** Це ягода, яка вирощувалася для промислової переробки. Обмежуючим фактором росту таких підприємств є збирачі. Проблема з робочою силою в цьому році теж була присутня.

Анастасія ЛУУК

співкеруюча партнерка ЮК «АРМАДА»

БРОНЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ: ХТО МОЖЕ ОТРИМАТИ СТАТУС КРИТИЧНО ВАЖЛИВОГО ПІДПРИЄМСТВА?

За якими критеріями визначають критично важливе підприємство, як їх підтвердити, і як вести облік заброньованих працівників – читайте у рекомендаціях від експертів юридичної компанії «АРМАДА».

- *Хто і як може отримати статус критично важливого підприємства, які документи для цього потрібні?*
- *Коли звертатись до Міністерства, а коли — до обласної адміністрації?*
- *Зміна критеріїв: чи скасують чинні накази та як уникнути втрати статусу?*
- *Чи можливе бронювання без ВОД?*
- *Як вести облік заброньованих працівників і надавати звіти до ТЦК?*

Про всі ці нюанси та інші правила бронювання працівників на критично важливих підприємствах розповіла **Анастасія Луук, співкеруюча партнерка ЮК «АРМАДА», адвокатка, керівниця практики військового права, в рамках вебінару,** ключові тези з якого ми пропонуємо до вашої уваги в цій статті.

Отже, на сьогоднішній день мають право на бронювання за останніми змінами по Порядку 76 наступні категорії:

- Працівники ОДВ, інших державних органів, ОМС.
- Працівники, що працюють на підприємствах, в установах та організаціях, які є критично важливими для забезпечення потреб ЗСУ, ІВФ в особливий період.
- Працівники, що працюють на підприємствах, які є критично важливими для функціонування економіки та забезпечення життєдіяльності населення в особливий період.
- Працівники міжнародних організацій та ін., членом яких є Україна.
- Працівники Нацполіції, НАБУ, ДБР, БЕБ, ДСНС.
- Працівники операторів протимінної діяльності.

ВАЖЛИВО: Військовозобов'язані підлягають бронюванню незалежно від військового звання, віку та ВОС.

ОТРИМАННЯ СТАТУСУ КРИТИЧНО ВАЖЛИВОГО

«Передусім треба визначити, чи взагалі підприємство може отримати статус критично важливого , тобто чи відпадає воно під критерії критично важливого. Тобто важливо розуміти, який саме пакет документів потрібно зібрати, аби це підтвердити», - відзначає експертка.

- Наступний етап – подання документів на розгляд, і тут також вкрай важливо розуміти, куди саме їх подавати.
- Розгляд. Законодавством передбачено на розгляд 10 днів. Але краще закладати більший строк, аби отримати рішення, бо не завжди вкладаються в цей строк.
- Отримання рішення.
- Щорічне підтвердження

Аби підприємство отримало статус критично важливого, воно має відповідати 3 або більше критеріям:

1. Середня зарплата > 2,5 × мінімалки (не менша 20 тис грн).
2. Відсутність заборгованості зі сплати податків до державного та місцевого бюджетів та єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування

«Важливо в подальшому слідкувати, аби не виникало боргів, інакше це може стати підставою до позбавлення статусу критично важливого підприємства».

3. Третім критерієм може бути:

- Підприємство – великий платник податків > 1,5 млн євро
- Великий експортер > 32 млн євро
- Стратегічне значення
- Територіальне / галузеве значення
- Резидент Дія.Сіті
- Постачальник електронних комунікаційних послуг.

«Найбільш розповсюдженим третім критерієм є важливість підприємства для галузі національної економіки; або для громади».

Зміни в процедурі бронювання працівників

14 липня 2025 року Кабінет Міністрів України ухвалив постанову No847, якою внесено зміни до порядку визначення критично важливих підприємств - тих, які мають право на бронювання військовозобов'язаних працівників. Набула чинності 16.07.2025 р.

Уточнено, які саме органи влади можуть визнавати підприємства критично важливими - чітко розмежовано повноваження центральних та обласних органів.

Визначено перелік галузей, в яких обласні адміністрації мають право визначати суб'єкти як критично важливі.

Куди звертатись для отримання статусу після змін?

«Для отримання статусу критично важливого, як і раніше, звертатися треба до профільного Міністерства. Наприклад: підприємство, яке є постачальником електронних комунікаційних послуг звертається до Мінцифри; підприємство, яке здійснює виробництво лікарських засобів - до МОЗ. Тобто тут нічого не змінилось. Однак дуже важливі зміни відбулись щодо військових адміністрацій (ОВА)».

Так, до ОВА за місцем реєстрації можуть подаватись підприємства, установи, організації комунальної форми власності, а також підприємства, установи, організації, які провадять діяльність у таких сферах як:

- сільського, лісового або рибного господарства;
- добувної промисловості та розроблення кар'єрів;
- переробної промисловості;
- постачання електричної енергії, газу, пари та кондиційованого повітря;
- водопостачання; каналізації, поводження з відходами;
- будівництва;
- оптової та роздрібної торгівлі; ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів;
- транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності.

Приклади застосування:

- Підприємство, яке є постачальником електронних комунікаційних послуг могло отримувати Статус через ОВА чи через Мінцифри. Тепер підприємство може звертатись тільки до Мінцифри.
- Підприємство, яке займається будівництвом як і раніше, може отримувати статус через ОВА та через Міністерство розвитку громад та територій України.

Продовження - на нашому сайті за посиланням.