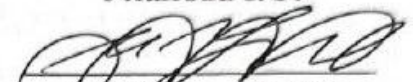


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту
Завідувачка кафедри
Уханова І.О.


"22" травня 2026 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини
за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини»

**НА ТЕМУ: «СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ АКТИВІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО
ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ ГАЛУЗІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ»**

Виконавець:

студент 43 групи ФМЕ

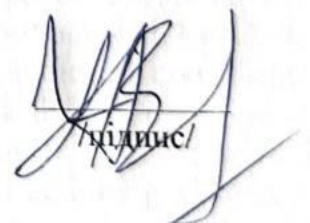
Войтова Аріна Володимирівна


/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Заєць Микола Артемович


/підпис/

ОДЕСА – 2026

АНОТАЦІЯ

Войтова А.В., «Стан та перспективи активізації українського експорту товарів галузі харчової промисловості».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини». - Одеський національний економічний університет. – Одеса 2026 р.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є український експорт товарів галузі харчової промисловості.

Досліджено теоретико-методологічні засади та специфічні особливості експортної діяльності підприємств харчової промисловості. У межах дослідження систематизовано та узагальнено сукупність чинників, що визначають ефективність реалізації зовнішньоторговельних операцій у даній галузі, а також здійснено аналіз механізмів нормативно-правового та адміністративного регулювання експортних потоків.

Оцінено економічний потенціал України як суб'єкта світового агропродовольчого ринку. Проведено аналіз стану та динаміки експорту вітчизняних продовольчих товарів, що дало змогу ідентифікувати ключові детермінанти, які спричиняють коливання обсягів експорту в сучасних умовах.

Обґрунтовано перспективи та запропоновано пріоритетні напрямки географічної і товарної диверсифікації українських поставок, що передбачають перехід від сировинної моделі до експорту продукції з високим ступенем переробки. Узагальнено шляхи активізації присутності України на внутрішньому ринку Європейського Союзу з урахуванням необхідності адаптації до вимог щодо якості, безпеки та екологічності харчової продукції.

Ключові слова: харчова промисловість, агропродовольчий експорт, диверсифікація експорту, ринок ЄС, регулювання експорту, PESTEL-аналіз.

ANNOTATION

Voitova A.V., « Status and prospects for the activation of Ukrainian exports of food industry goods».

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 292 "International Economic Relations" under the educational program "International Economic Relations". - Odessa National Economic University. - Odessa, 2026.

The qualification work consists of three sections. The object of the study is Ukrainian export of food industry goods.

The theoretical and methodological principles and specific features of the export activity of food industry enterprises are studied. Within the framework of the study, a set of factors that determine the effectiveness of foreign trade operations in this industry is systematized and generalized, as well as an analysis of the mechanisms of regulatory and administrative regulation of export flows is carried out.

The economic potential of Ukraine as a subject of the global agri-food market is assessed. An analysis of the state and dynamics of exports of domestic food products is carried out, which made it possible to identify key determinants that cause fluctuations in export volumes in modern conditions.

The prospects are substantiated and priority areas of geographical and commodity diversification of Ukrainian supplies are proposed, which involve the transition from a raw material model to exports of products with a high degree of processing. The ways of activating Ukraine's presence in the internal market of the European Union are summarized, taking into account the need to adapt to the requirements for the quality, safety and environmental friendliness of food products.

Keywords: food industry, agri-food export, export diversification, EU market, export regulation, PESTEL analysis.

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ ГАЛУЗІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	8
1.1. Поняття та особливості експорту товарів галузі харчової промисловості.....	12
1.2. Чинники здійснення експорту товарів галузі харчової промисловості.....	18
1.3. Особливості регулювання експорту товарів галузі харчової промисловості	18
Висновки до розділу 1.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПРОБЛЕМ УКРАЇНСЬКОГО ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ ГАЛУЗІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	24
2.1. Аналіз економічного потенціалу України як експортера товарів харчової промисловості	24
2.2. Аналіз стану та динаміки експорту українських товарів галузі харчової промисловості	32
2.3. Аналіз чинників впливу на експорт українських товарів галузі харчової промисловості	42
Висновки до розділу 2.....	50
Розділ 3 НАПРЯМКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ АКТИВІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ ГАЛУЗІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	51
3.1. Перспективі географічної та товарної диверсифікації українського експорту товарів галузі харчової промисловості ...	51
3.2. Перспективи активізації експорту товарів харчової промисловості в умовах вимог ринку ЄС	59
Висновки до розділу 3.....	66
ВИСНОВКИ	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73

ВСТУП

Актуальність кваліфікаційної роботи. Актуальність теми дослідження стану та перспектив активізації українського експорту товарів харчової промисловості зумовлена стратегічною роллю агропродовольчого сектору у забезпеченні економічної стійкості та національної безпеки держави. Експорт продукції з доданою вартістю є ключовим інструментом наповнення державного бюджету валютними надходженнями, підтримки стабільності національної валюти та стимулювання розвитку суміжних галузей економіки. Окрім суто економічного аспекту, потужний експортний потенціал харчової промисловості забезпечує країні статус гаранта світової продовольчої безпеки, що зміцнює її геополітичні позиції на міжнародній арені.

У загальнодержавному контексті перехід від експорту сировини до реалізації готових продуктів харчування є пріоритетним завданням, оскільки це дозволяє створювати нові робочі місця та підвищувати технологічний рівень вітчизняних підприємств. Однак повномасштабна війна внесла суттєві корективи у функціонування галузі, спричинивши руйнування виробничих потужностей, логістичні розриви та блокаду традиційних морських шляхів України. У цих умовах пошук нових каналів збуту та адаптація експортних стратегій стали питанням виживання для багатьох виробників, що підкреслює необхідність дослідження механізмів підтримки експорту.

Водночас процес євроінтеграції відкриває перед українськими експортерами можливості, висуваючи при цьому жорсткі вимоги до якості, безпечності та екологічності продукції згідно зі стандартами ЄС. Адаптація до правил спільного ринку та гармонізація законодавства вимагають від бізнесу та держави консолідованих зусиль для підвищення конкурентоспроможності українських товарів. Таким чином, аналіз сучасного стану харчового експорту та визначення векторів його активізації в умовах воєнних викликів і європейського вектору розвитку є своєчасним і має як теоретичне, так і практичне значення для відновлення економіки України.

Комплексний підхід до формування та реалізації програм активізації експорту товарів харчової промисловості досліджено у роботах багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, наприклад, Лапін О. В. та Горицька К. М. досліджують внутрішній потенціал українських підприємств харчової промисловості та визначають стратегічні шляхи для збільшення обсягів продажу вітчизняної продукції на зовнішніх ринках; Неджатіанпур А., та Есмаїлі А. визначають чинники впливу на експорт продукції харчової промисловості через призму покращення виробничих підходів; Аль-Абабнех Х. А., Осмонова А., Думанська І., Матковський П. та Калиновський А. аналізують динаміку та особливості експорту сільськогосподарської продукції в умовах глобальної продовольчої кризи та світової економічної нестабільності. На сьогодні перед науковою спільнотою та дослідниками постає питання визначення стратегічних пріоритетів та інструментів диверсифікації зовнішніх ринків збуту для українських виробників харчової продукції в контексті повоєнного відновлення національної економіки та євроінтеграційних процесів.

Вищевикладене обумовило мету кваліфікаційної роботи, її предмет, об'єкт та завдання.

Мета і завдання кваліфікаційної роботи. Метою дослідження є на основі аналізу стану та проблем українського експорту товарів галузі харчової промисловості розробити напрямки його активізації.

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні **завдання**:

- дослідити поняття та особливості експорту товарів галузі харчової промисловості;
- узагальнити чинники здійснення експорту товарів галузі харчової промисловості;
- дослідити особливості регулювання експорту товарів галузі харчової промисловості;
- проаналізувати економічний потенціал України як експортера товарів харчової промисловості;

- проаналізувати стан та динаміку експорту українських товарів галузі харчової промисловості;
- проаналізувати чинники впливу на експорт українських товарів галузі харчової промисловості;
- визначити перспективи географічної та товарної диверсифікації українського експорту товарів галузі харчової промисловості ;
- визначити перспективи активізації експорту товарів харчової промисловості в умовах вимог ринку ЄС.

Об'єктом дослідження є український експорт товарів галузі харчової промисловості.

Предметом дослідження є теоретичні основи та практичні рішення щодо розробки та реалізації напрямків активізації експорту України товарів харчової промисловості в контексті повоєнного відновлення національної економіки.

Методи дослідження. Методологічною основою кваліфікаційної роботи є теоретичні положення економічної науки, теорії міжнародної торгівлі та праці вчених-економістів у галузі розвитку експортного потенціалу та агропродовольчого маркетингу. При написанні роботи використано загальнонаукові та спеціальні методи: узагальнення та синтезу, порівняльного, статистичного та економічного аналізу, PESTEL-аналіз, SWOT-аналіз, методи ранжування, порівняння. Робота здійснена з використанням офісного пакету MS Office: Microsoft Word та Microsoft Excel.

Інформаційна база дослідження. Для написання роботи проаналізовано монографічну та наукову літературу, Інтернет-джерела, статистичну інформацію Державної служби статистики України, Державної митної служби України та Міністерства економіки та торгівлі України.

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами виконання кваліфікаційної роботи опубліковано тези:

Войтова А., Заєць М.А. Стан та динаміка українського експорту товарів галузі харчової промисловості. Минуле, Сучасне, Майбутнє. Матеріали 16

Студентської науково-практичної конференції Факультету Міжнародної Економіки. Одеса, ОНЕУ, 2026. 408 с., С 26-27.

Zaiets M., Voitova A. Analysis of the state and dynamics of export of ukrainian goods in the food industry industry // Modern science: trends, challenges, solutions. Proceedings of the 10th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom. 2026. Pp. 440-450. URL: <https://sci-conf.com.ua/x-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-modern-science-trends-challenges-solutions-7-9-05-2026-liverpul-velikobritaniya-arhiv/>.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (65 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 80 сторінок. Основний зміст викладено на 72 сторінках. Робота містить 16 таблиць, 7 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ ГАЛУЗІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

1.1. Поняття та особливості експорту товарів галузі харчової промисловості

Експорт у системі міжнародних економічних відносин виступає фундаментальним механізмом реалізації зовнішньої торгівлі, що передбачає продаж та вивезення товарів або послуг за межі митної території країни для їх подальшого споживання або переробки. Роль експортної діяльності для національної економіки важко переоцінити, адже вона є головним джерелом надходження іноземної валюти, стимулює розширення масштабів виробництва, сприяє інтеграції країни у світові ланцюги створення вартості та підвищує загальну конкурентоспроможність держави через необхідність дотримання міжнародних стандартів якості.

Експорт товарів харчової промисловості — це специфічна сфера зовнішньоекономічної діяльності, що охоплює вивезення продуктів, які пройшли певний ступінь промислової обробки та готові до вживання або використання у кулінарних цілях [1; 2]. Для розуміння категорії «експорт товарів харчової промисловості» варто розглянути кілька підходів до його визначення [1; 3; 4]:

- економічний підхід - це процес реалізації на зовнішніх ринках продуктів харчування, що пройшли промислову переробку, з метою отримання валютної виручки та максимізації доданої вартості всередині країни-виробника;
- правовий (митно-регуляторний) підхід - це митний режим, згідно з яким товари харчової групи, виготовлені або перероблені на національній території, вивозяться за її межі для вільного обігу без зобов'язання про їх повернення, за умови дотримання заходів тарифного та нетарифного регулювання (сертифікації, квотування тощо);

— маркетинговий (функціональний) підхід - це діяльність підприємств харчової галузі, спрямована на адаптацію готової продукції до потреб іноземних споживачів, просування національних брендів та задоволення попиту на міжнародних ринках через інтеграцію у глобальні мережі дистрибуції.

Аналіз цих визначень дозволяє зробити кілька важливих висновків щодо суті поняття. На відміну від простого експорту агросировини, у цих визначеннях ключовим є фактор «промислової переробки». Це означає, що об'єктом експорту є інтелектуальна та технологічна праця, а не лише природний ресурс. Правове визначення акцентує увагу на тому, що цей вид експорту є одним із найскладніших у бюрократичному плані. Це не просто перетин кордону, а підтвердження відповідності харчовим стандартам, що робить цей процес «експортом стандартів безпеки». Визначення демонструють, що експорт харчової продукції — це одночасно і статистичний показник зовнішньої торгівлі (державний рівень), і складна ринкова стратегія адаптації продукту (рівень бізнесу) [3]. Таким чином, експорт товарів харчової промисловості — це стратегічно орієнтована діяльність суб'єктів господарювання, що полягає у вивезенні за межі митної території держави продуктів харчування з високим ступенем переробки (доданою вартістю), які відповідають міжнародним стандартам безпечності та специфічним культурно-споживчим вимогам іноземних ринків, з метою зміцнення валютно-фінансової стабільності країни та її інтеграції до глобальних ланцюгів продовольчого забезпечення.

Сучасний етап розвитку міжнародної торгівлі вимагає включення до визначення експорту харчової промисловості аспектів інноваційності та цифровізації, оскільки вони докорінно змінюють модель взаємодії між виробником та кінцевим споживачем. У контексті інноваційності експорт перестає бути просто відвантаженням товару. Сьогодні це постачання інтелектуальних рішень у продуктах: використання функціональних інгредієнтів, розробка «розумного» пакування (яке подовжує термін придатності або сигналізує про свіжість) та впровадження еко-інновацій [4]. Це дозволяє експортерам конкурувати не ціною, а унікальними властивостями товару, що

критично важливо для виходу на високодохідні ринки. Цифровізація трансформує експортні операції за двома напрямками: впровадження технології Blockchain для відстеження походження продукту («від лану до столу») та розвиток моделей D2C (Direct-to-Consumer) через міжнародні маркетплейси та електронні торгові майданчики. Цифрові інструменти дозволяють малим і середнім підприємствам експортувати продукцію напряму, минаючи складні ланцюги традиційних посередників [4].

На відміну від експорту промислових товарів або сировини, ця галузь має унікальний набір характеристик, зумовлених самою природою продукту (Таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Ключові характеристики експорту харчових продуктів

Критерій порівняння	Характеристика харчового експорту	Особливості та вплив на бізнес
Регуляторні вимоги	Жорсткий санітарний та фітосанітарний контроль (SPS)	Необхідність відповідності міжнародним стандартам (ISO, HACCP) та отримання специфічних сертифікатів.
Термін зберігання	Обмежена часова придатність (від кількох днів до років)	Потребує високої операційної швидкості та чіткого планування поставок, щоб уникнути псування товару.
Логістика та склад	Високі вимоги до температурного режиму та вологості	Використання рефрижераторів, спеціалізованих контейнерів та складів класу "А" з клімат-контролем.
Маркування та пакування	Обов'язкова адаптація до мовних та законодавчих норм країни-імпортера	Наявність інформації про склад, алергени, енергетичну цінність та терміни придатності згідно з місцевими правилами.
Культурна адаптація	Залежність від релігійних та смакових особливостей ринку	Необхідність сертифікації (Halal, Kosher) та можлива зміна рецептури під смакові вподобання регіону.
Ризики	Висока чутливість до епідеміологічної ситуації та торгових ембарго	Будь-який спалах хвороб тварин або рослин може миттєво заблокувати експорт на державному рівні.
Ціноутворення	Значна залежність від вартості сировини та енергоносіїв	Висока волатильність цін на світових аграрних біржах безпосередньо впливає на маржинальність готового продукту.
Митне оформлення	Пріоритетність та специфічні процедури огляду	Харчові продукти часто проходять митне очищення позачергово (особливо ті, що швидко псуються), але вимагають додаткових експертиз.

Джерело: складено за [5; 6; 7].

Ключовою особливістю харчового експорту є критична залежність від санітарних та фітосанітарних норм. Харчова продукція безпосередньо впливає на здоров'я людини, тому кожна партія товару супроводжується жорстким контролем безпечності, сертифікацією та відповідністю технічним регламентам країни-імпортера [5].

Ще однією характерною рисою є обмежені терміни придатності та особливі вимоги до логістики. Якщо металопродукція чи обладнання можуть зберігатися на складах тривалий час, то харчові товари часто потребують спеціальних температурних режимів (холодових ланцюгів) та максимально швидкої доставки. Це робить експорт у цій галузі більш ризикованим та капіталомістким у розрізі транспортної інфраструктури. Окрім того, харчовий експорт відзначається високим ступенем диференціації: споживчі переваги, культурні особливості та релігійні вимоги (наприклад, сертифікація Halal або Kosher) у різних регіонах світу вимагають від експортера глибокої адаптації продукту та упаковки під конкретний ринок [5; 6; 7].

Важливою відмінністю від інших видів товарного експорту є також висока еластичність попиту на певні групи делікатесів та водночас стратегічна негнучкість попиту на базові продукти харчування. Це робить ринок харчового експорту надзвичайно чутливим до протекціоністських заходів держав, які часто використовують квотування та мита для захисту власного агровиробника. Таким чином, експорт у харчовій промисловості є синтезом складних логістичних процесів, суворого правового регулювання та маркетингової гнучкості, що виділяє його в особливу категорію міжнародної торгівлі [7].

Порівняння експорту готової харчової продукції та сільськогосподарської сировини дозволяє чітко простежити переваги переходу до моделі економіки з високою доданою вартістю. Хоча обидва напрями є важливими для зовнішньої торгівлі, вони мають принципово різний вплив на сталий розвиток держави.

Головна відмінність полягає у формуванні доданої вартості. Експорт сировини (зернових, олійних культур, худоби) — це продаж ресурсів з мінімальною маржинальністю, де ціна диктується глобальними товарними

біржами. Натомість переробка цієї сировини всередині країни та експорт готових продуктів (борошна, олії у пляшках, м'ясної чи молочної продукції, кондитерських виробів) залишає значну частину прибутку всередині національної економіки. Це стимулює розвиток виробничих потужностей, створює нові робочі місця та збільшує податкові надходження до бюджетів усіх рівнів [7].

Іншим важливим аспектом є стабільність цін. Ринок сировини надзвичайно волатильний і залежить від погодних умов, врожайності в різних куточках світу та спекулятивних коливань на біржах. Ціни на готову харчову продукцію є значно стабільнішими. Брендований товар менше залежить від стрибків вартості зерна чи шротів, оскільки в його ціні закладено витрати на енергію, логістику, маркетинг та інновації. Це дозволяє експортерам будувати довгострокові фінансові стратегії та зменшує ризики для бізнесу [5].

Крім того, експорт готових товарів сприяє технологічному та іміджевому розвитку. Реалізація продукції кінцевому споживачу змушує виробників інвестувати у сучасні лінії пакування, системи контролю якості та дослідження ринку. Це виводить країну з ролі «сировинного придатка» та формує її репутацію як виробника якісних брендів [9]. Таким чином, активізація експорту товарів з високим ступенем переробки є стратегічним кроком до економічної незалежності та інтеграції у вищі ланки світових ланцюгів створення вартості.

1.2. Чинники здійснення експорту товарів галузі харчової промисловості

На розвиток експорту товарів харчової промисловості впливає комплекс взаємопов'язаних чинників, які визначають як можливість виходу на зовнішні ринки, так і конкурентоспроможність продукції. Так, **політичні чинники** відіграють роль фундаменту, на якому будується вся архітектура міжнародної торгівлі харчовими продуктами. Вони визначають не лише фізичну можливість перетину кордону товаром, а й фінансову доцільність таких операцій [3; 8; 9].

Торговельні угоди та інтеграційні союзи виступають головним каталізатором експортної активності. Укладення угод про зони вільної торгівлі (ЗВТ), зокрема з такими потужними об'єднаннями, як Європейський Союз, докорінно змінює правила гри для національних виробників. Це не просто формальне зняття або суттєве зниження ввізних мит, що робить товар дешевшим і конкурентоспроможнішим на полицях супермаркетів. Це також процес гармонізації стандартів: коли країна стає частиною великої торгової угоди, вона приймає спільні «правила гри», що спрощує проходження сертифікації та знімає технічні бар'єри [8; 9]. Таким чином, політичне рішення про інтеграцію перетворюється на прямий економічний виграш у вигляді спрощеного доступу до платоспроможних ринків.

Державна підтримка та політика протекціонізму відображають стратегію уряду щодо захисту та стимулювання власних виробників. Ефективна система експортного кредитування, надання державних гарантій та податкові пільги для підприємств харчової промисловості дозволяють бізнесу інвестувати у модернізацію та розширювати присутність за кордоном. Особливе місце тут посідає механізм регулювання експорту сировини. Впровадження експортних мит на необроблену продукцію (наприклад, на насіння соняшнику) є дієвим політичним інструментом, що змушує капітал інвестувати у внутрішню переробку. Це стимулює розвиток харчової промисловості, дозволяючи країні експортувати не ресурс, а готовий продукт із високою часткою доданої вартості. Водночас, надмірний протекціонізм з боку країн-партнерів (квотування, антидемпінгові розслідування) може стати серйозною перешкодою, що потребує активної роботи дипломатичного корпусу [9].

Геополітична стабільність у сучасному світі стала чинником критичного впливу, який може миттєво обнулити багаторічні торгові напрацювання. Військові конфлікти, введення міжнародних санкцій та зростання політичної напруженості між глобальними гравцями руйнують налагоджені десятиліттями логістичні маршрути. У харчовій галузі це відчувається особливо гостро, оскільки затримки на кордонах або блокади портів призводять до фізичного

псування товарів. Політична нестабільність змушує експортерів проводити диверсифікацію ринків збуту — швидкий перехід від традиційних, але ризикованих партнерів до більш стабільних регіонів. Крім того, політичні відносини між країнами безпосередньо впливають на лояльність контролюючих органів: часто «санітарні обмеження» стають інструментом політичного тиску, що підкреслює нерозривний зв'язок між дипломатією та торгівлею продовольством [8; 9].

Економічні чинники є безпосередніми детермінантами фінансової ефективності експорту, оскільки вони визначають цінову конкурентоспроможність продукції та рівень прибутковості підприємств на кожному етапі виробничого циклу [10].

Валютний курс та стабільність національної грошової одиниці мають визначальний вплив на цінову політику експортера. Девальвація національної валюти зазвичай створює короткострокові переваги для вітчизняних виробників, оскільки їхня продукція стає дешевшою на зовнішніх ринках у валютному еквіваленті. Однак для харчової промисловості цей ефект часто нівелюється «імпортованою інфляцією», адже значна частина інгредієнтів, пакування, засобів захисту рослин та паливно-мастильних матеріалів закуповується за іноземну валюту. Відтак, надмірна волатильність курсу створює високі фінансові ризики та ускладнює довгострокове планування контрактів, що робить стабільність валютного середовища критичною умовою для стійкого експорту [9; 10].

Світова кон'юнктура цін та попит на продовольство формують зовнішні межі прибутковості. Оскільки ринок харчової продукції тісно пов'язаний з аграрним сектором, коливання цін на базову сировину на світових біржах безпосередньо впливає на вартість готових виробів. Зростання світових цін на продовольство відкриває вікно можливостей для збільшення валютної виручки, проте водночас вимагає від експортерів гнучкості в управлінні собівартістю. При цьому важливо враховувати еластичність попиту: якщо на базові продукти харчування попит є відносно стабільним, то експорт товарів преміум-сегмента

або делікатесів дуже чутливий до зміни рівня доходів світового населення та глобальних економічних рецесій [11].

Витрати на виробництво та вартість енергоносіїв складають внутрішню основу конкурентоспроможності. Харчова промисловість є енергомісткою галуззю, особливо в сегментах переробки молока, м'яса, цукрового виробництва та хлібопечення. Різке подорожчання газу чи електроенергії автоматично підвищує собівартість продукції, що може зробити її неконкурентною порівняно з виробниками з країн, де енергоресурс дешевше або субсидується державою. Окрім енергії, вагомим економічним чинником є вартість запозиченого капіталу: високі відсоткові ставки за кредитами обмежують можливості підприємств модернізувати обладнання та впроваджувати інновації, що в довгостроковій перспективі знижує їхню частку на світовому ринку.

Транспортні витрати та ефективність логістики завершують ланцюжок економічного впливу. У структурі ціни готового харчового продукту, особливо такого, що потребує спеціальних умов зберігання, логістична складова може сягати значної частки. Зростання вартості фрахту, палива або дефіцит транспортних потужностей (контейнерів, вагонів-зерновозів) створюють додатковий фінансовий тиск на експортера. Таким чином, економічна спроможність експорту харчової галузі тримається на балансі між ефективним управлінням внутрішніми витратами та здатністю бізнесу адаптуватися до нестабільних зовнішніх фінансових умов [9; 10; 11].

Технологічні та логістичні чинники формують фізичну основу експорту харчової продукції, визначаючи не лише якість і збереженість товару, а й саму можливість його присутності на полицях іноземних магазинів.

Стандартизація, сертифікація та контроль якості є першочерговим технологічним бар'єром. Для харчової промисловості це питання критичної важливості, оскільки безпечність продукту має бути підтверджена на кожному етапі виробництва за принципом «від поля до столу». Впровадження міжнародних систем, таких як HACCP (аналіз ризиків і критичні контрольні точки), ISO 22000 або специфічних галузевих стандартів (наприклад, IFS чи

BRC), вимагає від підприємств повної технологічної модернізації. Відповідність цим нормам дозволяє уникати технічних бар'єрів у торгівлі та мінімізувати ризики повернення або знищення партій товару через невідповідність санітарним вимогам країни-імпортера [12; 13].

Інновації у переробці та пакуванні безпосередньо впливають на конкурентоспроможність продукту та географію експорту. Використання сучасних методів консервації, сублімації або асептичного розливу дозволяє значно подовжити термін придатності продуктів без втрати їхніх поживних властивостей. Особливу роль відіграє «розумне» та екологічне пакування: воно не лише захищає товар під час тривалого транспортування, а й відповідає сучасному запиту споживачів на сталий розвиток. Технологічна здатність підприємства адаптувати рецептуру та формат пакування під вимоги різних ринків (наприклад, зміна ваги, дизайну чи мови маркування) визначає його гнучкість та успіх у боротьбі за іноземного покупця [13].

Розвиток логістичної інфраструктури та управління ланцюгами постачання є вирішальним чинником для товарів, що мають обмежений термін зберігання. Ефективність експорту харчової продукції критично залежить від наявності «холодової логістики» (cold chain) — безперервного ланцюга рефрижераторних складів, контейнерів та транспортних засобів з чітким температурним режимом. Крім того, важливим є розвиток мультимодальних перевезень та пропускна здатність кордонів, портів і залізничних вузлів. Автоматизація ліній, використання штучного інтелекту для прогнозування якості сировини та впровадження блокчейн-технологій для простежуваності продукції підвищують довіру до експортера. Технологічно відсталі підприємства втрачають здатність конкурувати за собівартістю та якістю, що робить інвестиції в «цифру» не просто трендом, а необхідною умовою виживання на сучасному світовому ринку харчових продуктів [13].

Систематизація всіх обговорених чинників у надана вигляді підсумкової таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Чинники впливу на експорт товарів харчової промисловості

Група чинників	Ключові чинники	Механізм та характер впливу на експорт
Політичні	Торговельні угоди (ЗВТ)	Знімають митні бар'єри, встановлюють спільні правила гри та спрощують доступ до преміальних ринків (наприклад, ЄС).
	Державна підтримка	Стимулює експорт через пільгове кредитування, субсидії та податкові важелі для переробної галузі.
	Геополітична стабільність	Визначає безпеку логістичних маршрутів та відсутність санкційних чи ембарго-обмежень з боку країн-партнерів.
Економічні	Валютний курс	Впливає на цінову конкурентоспроможність: девальвація сприяє експорту, але здорожує імпорту пакування та інгредієнти.
	Світова кон'юнктура цін	Визначає глобальний попит та маржинальність продажів (особливо на базові продукти харчування).
	Вартість ресурсів	Ціни на енергоносії (газ, електрика) та сировину безпосередньо формують собівартість та прибутковість.
Технологічні	Сертифікація (НАССР, ISO)	Виступає головним технічним бар'єром; відповідність стандартам — обов'язкова умова допуску на ринок.
	Інновації у переробці	Дозволяють створювати продукти з високою доданою вартістю та подовженим терміном придатності (сублімація, асептика).
	Цифровізація виробництва	Впровадження блокчейну та автоматизації підвищує довіру через простежуваність («від лану до столу»).
Логістичні	"Холодовий ланцюг" (Cold Chain)	Наявність рефрижераторів та складів з температурним режимом є критичною для збереження якості продукції.
	Інфраструктура та фрахт	Пропускна здатність портів, кордонів та вартість перевезень визначають фінальну ціну товару для іноземця.
	Пакування та маркування	Адаптація упаковки під мовні та екологічні вимоги країни-імпортера забезпечує лояльність споживачів.

Джерело: складено за [9-13].

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується переходом від глобальної відкритості до епохи, де старі правила торгівлі трансформуються під впливом нових глобальних викликів. Глобалізація поступається місцем регіоналізації та формуванню закритих торговельних блоків. Посилення тарифного протистояння між найбільшими економіками світу (зокрема США, Китаєм та ЄС) створює ефект «доміно»: введення мит на одну групу товарів провокує дзеркальні заходи, що часто зачіпають саме харчову продукцію. Це змушує експортерів відмовлятися від моделі роботи з одним великим ринком на

користь диверсифікації [14]. Екологічна криза перейшла з розряду теоретичних загроз у площину реальних економічних шоків. Аномальна спека, затяжні посухи та повені в ключових аграрних регіонах світу (наприклад, у Західній Африці для какао-бобів чи у Південній Америці для кави) спричинили дефіцит сировини. Експортери харчової продукції стикаються з нестабільністю поставок компонентів, що вимагає впровадження технологій ресурсозбереження та пошуку альтернативних видів сировини, здатних замінити дефіцитні інгредієнти без втрати якості. Також слід відмітити, що світова торгівля їжею все більше орієнтується на концепцію «точного добробуту». Споживачі шукають продукти, що вирішують конкретні завдання: зміцнення імунітету, підтримку метаболізму. Зростає попит на функціональну їжу, персоналізоване харчування та альтернативні протеїни (рослинне м'ясо тощо). Паралельно з цим екологічність упаковки та вуглецевий слід продукту стають ключовими критеріями вибору. Експортери, які інвестують у біорозкладне пакування та «чисті етикетки», отримують доступ до найбільш високомаржинальних ніш світового ринку [15; 16].

1.3. Особливості регулювання експорту товарів галузі харчової промисловості

Регулювання експорту харчових продуктів є однією з найскладніших сфер міжнародної торгівлі, оскільки вона поєднує економічні інтереси з питаннями національної безпеки та охорони здоров'я. На відміну від промислових товарів, тут домінують не митні тарифи, а нетарифні бар'єри. Система міжнародного регулювання експорту харчових товарів побудована таким чином, щоб збалансувати два суперечливі завдання: забезпечити вільний рух товарів між країнами та гарантувати повну безпеку для здоров'я споживачів, формують цю систему три основні інституції:

1. Світова організація торгівлі (COT / WTO). COT створює правове поле, яке не дозволяє країнам використовувати питання безпеки як виправдання для несправедливої дискримінації іноземних товарів.

— Угода про застосування санітарних та фітосанітарних заходів (SPS Agreement) - є критично важливою для харчової галузі. Вона дозволяє країнам-імпортерам впроваджувати суворі заходи (наприклад, вимоги до термічної обробки м'яса або обмеження залишків пестицидів у зерні). Проте COT висуває умову, що такі заходи повинні бути науково обґрунтованими. Країна не може заборонити імпорт лише тому, що хоче підтримати свого фермера. Угода SPS також запроваджує принцип «еквівалентності», тобто якщо експортер доведе, що його методи контролю безпеки відрізняються від методів імпортера, але дають той самий рівень захисту, імпортер зобов'язаний прийняти цей товар [17].

— Угода про технічні бар'єри у торгівлі (TBT Agreement) - охоплює все те, що не стосується безпосередньо безпеки здоров'я, але важливо для торгівлі: пакування, маркування, термінологію та стандарти якості. Наприклад, вимоги щодо вказівки ГМО на етикетці, розміру шрифту складу продукту або визначення того, що може називатися «шоколадом» чи «маслом». Угода TBT вимагає, щоб технічні регламенти не створювали зайвих перешкод і були прозорими — країни мають заздалегідь повідомляти COT про зміну своїх правил пакування [18].

2. Комісія «Кодекс Аліментаріус» (Codex Alimentarius). Це спільна програма ФАО та ВООЗ, яка налічує тисячі сторінок детальних вимог. Хоча стандарти Кодексу формально є добровільними, вони мають юридичну вагу. У разі торгового спору в межах COT, заходи країни-імпортера, які відповідають Кодексу, апріорі вважаються законними. Якщо ж країна встановлює бар'єри, що суперечать Кодексу, їй доведеться надати складні докази своєї правоти. Кодекс регулює все: від гігієни харчових продуктів до максимально допустимих рівнів добавок, консервантів та забруднювачів [19].

3. Всесвітня організація охорони здоров'я тварин (WOAH). Ця організація відіграє вирішальну роль для експорту товарів тваринного походження (м'ясо, молоко, яйця, морепродукти). WOAH збирає та поширює

інформацію про епізоотичну ситуацію в світі. Вона розробляє стандарти діагностики та методи контролю хвороб. Якщо WOAH визнає країну «вільною від хвороби» (наприклад, від африканської чуми свиней або губчастоподібної енцефалопатії), це автоматично знімає більшість заборон на експорт відповідного м'яса [20].

Національні законодавства та регіональні блоки створюють унікальні екосистеми регулювання, кожна з яких базується на власній культурній та політичній логіці, розуміння якої є критичним для успішного експорту. Наприклад, регулювання в ЄС вважається одним із найсуворіших у світі. Якщо існують наукові припущення, що продукт чи інгредієнт може бути шкідливим, але остаточних доказів ще немає, Єврокомісія має право заборонити його «про всяк випадок». Саме тому в ЄС заборонено багато видів пестицидів та гормонів росту, які дозволені в США чи Бразилії. Експортер повинен довести простежуваність кожної одиниці товару, а система аналізу ризиків та критичних точок контролю в ЄС є обов'язковою для кожного учасника ланцюга постачання, включаючи логістичні склади [21].

На відміну від ЄС, США більше орієнтовані на кінцевий результат і перевірку фактичних ризиків через FDA (Food and Drug Administration). Юридичну відповідальність за безпеку іноземних продуктів несе американська компанія-імпортер. Вона зобов'язана провести аудит іноземного заводу, перевірити його плани безпеки та підтвердити, що постачальник відповідає американським стандартам [22].

В країнах Сходу санітарні норми доповнюються духовними та етичними вимогами, які мають силу закону. У Малайзії, Індонезії та країнах Перської затоки (GCC) сертифікат Халаль стосується не лише складу продукту. Це аудит усієї логістики (наприклад, не можна перевозити халальну яловичину в одному рефрижераторі зі свининою навіть у закритій тарі) та дезінфекції ліній. Китайський ринок контрольований системою цифрового контролю з боку GACC (головне митне управління КНР). З 2022 року кожен іноземний виробник харчових продуктів повинен зареєструватися в онлайн-системі і отримати

індивідуальний китайський номер. Китай часто вимагає, щоб компетентний орган країни-експортера (наприклад, державна ветеринарна служба) особисто поручився за конкретний завод [23; 24].

Сучасна світова практика нетарифного регулювання експорту харчових товарів демонструє поступове зміщення акцентів від суто економічного захисту ринку до впровадження інструментів соціальної відповідальності, екологічного нагляду та забезпечення продовольчої безпеки (Таблиця 1.3).

Таблиця 1.3

Інструменти сучасного нетарифного регулювання експорту харчових продуктів

Напрямок регулювання	Суть інструменту («витонченість»)	Вплив на експортера та ринок
Соціальна відповідальність	Використання маркування як інструменту впливу на вибір споживача та контроль етики виробництва.	Змушує змінювати рецептуру (reformulation), щоб уникнути негативних позначок («чорні восьмикутники»), та підтверджувати дотримання прав праці.
Екологічні вимоги	Перетворення екологічних стандартів на юридичний бар'єр для доступу на ринок.	Вимагає доведення відсутності дефорестації (EUDR) та розрахунку вуглецевого сліду (CBAM); відсікає технологічно відсталих гравців.
Продовольча безпека	Використання санітарного контролю як інструменту «м'якої сили» у геополітиці.	Створює ризики раптових технічних затримок вантажів на кордоні під приводом «додаткових перевірок» у разі політичних конфліктів.
Технологічний контроль	Перехід до тотальної цифрової реєстрації та акредитації підприємств.	Вимагає реєстрації в системах на кшталт CIPHER (Китай); дає державі-імпортеру можливість миттєво блокувати конкретних постачальників.
Корпоративна етика	Вимоги великих мереж (retail) до прозорості всього ланцюга постачання.	Експортер несе відповідальність за методи роботи всіх своїх субпідрядників та постачальників сировини.

Джерело: складено за [8; 9; 10]

Одним із найбільш радикальних методів втручання держави в торговельні процеси є використання експортних квот та ембарго, які слугують інструментом внутрішньої стабілізації. Уряди країн, що є ключовими постачальниками базових продуктів, дедалі частіше обмежують вивезення товарів, щоб стримати зростання цін на внутрішньому ринку та запобігти дефіциту. Яскравим прикладом такої політики стало обмеження експорту рису Індією протягом

2023–2024 років, що було продиктоване необхідністю боротьби з продовольчою інфляцією всередині країни. Для світового ринку такі кроки означають миттєву дестабілізацію цін та змушують експортерів з інших регіонів терміново адаптувати свої стратегії постачання, щоб заповнити ніші, що вивільнилися [8; 10].

Водночас розвинені країни та країни, що стрімко розвиваються, активно впроваджують нові стандарти маркування, які виходять за межі простого інформування про склад продукту. Сучасні вимоги до етикетування перетворюються на інструмент державної політики у сфері охорони здоров'я, де візуальні попередження мають прямо впливати на споживчу поведінку. Зокрема, досвід Чилі та Мексики, які запровадили систему для позначення продуктів із надмірним вмістом цукру, солі чи насичених жирів, створив безпрецедентний тиск на міжнародних виробників. Експортери опиняються перед жорстким вибором: або маркувати свій товар як потенційно шкідливий, що суттєво знижує його продажі, або вдаватися до зміни рецептури продукту спеціально для конкретного ринку, щоб зробити його склад більш здоровим і уникнути негативного маркування [9; 10].

Окремим і надзвичайно складним вектором регулювання стають екологічні вимоги, які сьогодні перетворюються на вхідний квиток до Європейського Союзу. Запровадження механізмів вуглецевого коригування (CBAM) та нових регламентів щодо боротьби з дефорестацією (EUDR) означає, що від експортерів тепер вимагають не лише якості самого продукту, а й документального підтвердження етичності його походження. Виробники кави, какао, сої чи яловичини повинні надавати точні геолокаційні дані своїх ферм, щоб довести, що виробництво не спричинило вирубку лісів після 2020 року. Це створює потребу в тотальному цифровому моніторингу ланцюгів постачання, де кожен іноземний постачальник має бути готовим до проходження складного екологічного аудиту [25]. Таким чином, нетарифне регулювання на сучасному етапі трансформує експортну діяльність із суто комерційної операції на процес

доведення відповідності продукту глобальним цілям сталого розвитку та стандартам якості життя.

Висновки до Розділу 1

Таким чином, експорт харчової продукції є фундаментом економічної стійкості, оскільки забезпечує стабільні валютні надходження, створює робочі місця з високою кваліфікацією та трансформує країну з постачальника сировини на виробника готових брендів. На відміну від продажу зерна чи олійних культур, експорт готових продуктів харчування дозволяє акумулювати додану вартість усередині країни.

Аналіз наведених чинників дозволяє зробити висновок, що експорт харчової промисловості є складною багатофакторною системою, де успіх підприємства залежить від синергії зовнішніх умов та внутрішньої технологічної готовності. Пріоритетність політичних та регуляторних чинників є беззаперечною: навіть за наявності якісного продукту, відсутність торговельних угод або сертифікатів (НАССР, ISO) робить вихід на зовнішні ринки фізично неможливим. Спостерігається жорстка залежність від економічної ефективності виробництва. Технологічний та логістичний компоненти стають головними інструментами конкурентної боротьби.

Робота міжнародних організацій створює передбачуваність для експортерів, якщо вони враховують епізоотичні вимоги WOAH та спираються на правила СОТ, їх право на експорт захищене на міжнародному рівні. Сучасна світова практика нетарифного регулювання також дедалі частіше використовує інструменти соціального та екологічного впливу. Держави активно застосовують експортні квоти для стабілізації внутрішніх цін на продовольство, запровадження екологічних регламентів, таких як вимоги щодо недопущення вирубки лісів у ЄС, додає до процесу експорту обов'язкову вимогу доведення екологічної нейтральності виробництва.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПРОБЛЕМ УКРАЇНСЬКОГО ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ ГАЛУЗІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

2.1. Аналіз економічного потенціалу України як експортера товарів харчової промисловості

Україна володіє колосальним економічним потенціалом у сфері експорту харчової промисловості, що базується на унікальному поєднанні природних переваг та розвиненої індустріальної бази. Фундаментом цього потенціалу є потужний аграрний сектор, який забезпечує переробну галузь якісною та доступною сировиною. Україна дедалі активніше трансформується у продовольчий хаб, де сировина перетворюється на готовий продукт із високою доданою вартістю. Це дозволяє не лише збільшувати валютні надходження в країну, а й диверсифікувати економіку, роблячи її менш залежною від коливань світових цін на зерно. Характеристика основних галузей харчової промисловості України відображає трансформацію країни з постачальника аграрної сировини на виробника готової продукції з високою доданою вартістю. Кожна галузь має свої специфічні риси, що визначають її місце на світовому ринку.

Олійно-жирова галузь традиційно є локомотивом українського харчового експорту та ключовим джерелом валютних надходжень. Україна утримує світове лідерство у виробництві та експорті соняшникової олії. Особливістю галузі є надзвичайно високий рівень переробки: країна практично повністю відмовилася від експорту насіння соняшнику, переробляючи його всередині держави. Це дозволяє експортувати не лише рафіновану та нерафіновану олію, а й супутні продукти, такі як шрот, що має високий попит у світовому тваринництві [26].

Кондитерська галузь є найбільш технологічно розвиненим та маркетингово орієнтованим сектором. Вона характеризується високою часткою готової брендкованої продукції в структурі експорту. Українські солодощі (шоколад, борошняні кондитерські вироби, карамель) успішно конкурують на світових ринках завдяки оптимальному співвідношенню ціни та якості. Галузь

відрізняється високим ступенем модернізації виробництва, відповідністю міжнародним стандартам безпеки та активною адаптацією рецептур під смакові вподобання різних регіонів світу — від Європи до Близького Сходу [27].

М'ясо-молочна галузь фокусується на продукції тваринного походження, де ключову роль відіграє птахівництво. Експорт курятини є одним із найбільш динамічних напрямів, що дозволяє Україні входити до переліку провідних світових постачальників. Молочний сектор поступово переорієнтовується з експорту сухого молока та масла на продукцію з вищою доданою вартістю, таку як сири та ферментовані продукти [28]. Головною рисою галузі є необхідність суворого дотримання жорстких санітарно-ветеринарних вимог країн-імпортерів, що стимулює постійний контроль якості «від ферми до прилавка».

Цукрова та борошномельна галузі мають стратегічне значення для забезпечення внутрішньої безпеки та стабілізації експортного потенціалу. Цукрова промисловість історично є однією з найдавніших в Україні, забезпечуючи експорт білого цукру на ринки сусідніх країн та ЄС [29]. Борошномельна галузь поступово нарощує потенціал, намагаючись замінити експорт зерна експортом борошна та висівок, що дозволяє залишати більше доданої вартості всередині країни та створювати базу для розвитку хлібопекарського та макаронного виробництва.

Плодоовочева та консервна галузь демонструє значний потенціал у сегментах переробки ягід, фруктів та овочів. Ключовими експортними позиціями тут є заморожені ягоди, концентровані соки та консервована продукція. Особливістю сектору є висока сезонність та залежність від сучасних технологій зберігання і швидкої логістики, що вимагає розбудови потужних холодильних комплексів та центрів пакування [30].

Узагальнена таблиця з ключовими характеристиками основних галузей харчової промисловості України, що відображає їхній експортний профіль та роль в економіці на дана нижче (Таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Ключові характеристики експортного потенціалу основних галузей
харчової промисловості України

Галузь	Роль в експорті та економіці	Ключові характеристики та переваги	Основні товарні позиції
Олійно-жирова	Глобальний лідер, головний постачальник валюти.	Найвищий рівень переробки сировини; домінування на світовому ринку; розвинена портова інфраструктура.	Соняшникова олія (рафінована та нерафінована), шрот, маргарин.
Кондитерська	Технологічний флагман з високою доданою вартістю.	Висока впізнаваність брендів; повна відповідність стандартам ЄС; активний маркетинг та широка географія збуту.	Шоколад, карамель, печиво, вафлі, торти.
М'ясо-молочна	Виробник білкової продукції стратегічного значення.	Вертикальна інтеграція (власні корми + переробка); жорсткий ветеринарний контроль; лідерство в сегменті птиці.	М'ясо птиці, сири, вершкове масло, сухе молоко, ковбасні вироби.
Цукрова	Традиційна галузь із високим експортним потенціалом.	Орієнтація на ринки ЄС та Центральної Азії; висока енергоємність, що стимулює впровадження енергоефективності.	Білий цукор, бурякова меляса, жом.
Борошномельна	Базис переробки зернових культур.	Перехід від експорту сировини (пшениці) до продукту переробки; забезпечення продовольчої безпеки.	Борошно пшеничне, висівки, макаронні вироби.
Плодоовочева	Нішевий сектор, що стрімко розвивається.	Висока якість сировини; розвиток технологій шокового заморожування; зростання попиту на натуральні інгредієнти.	Заморожені ягоди, соки (концентрати), консервовані овочі.
Спиртова та напої	Виробник продукції з високим акцизним доходом.	Висока якість спиртової основи; експорт пива та соків у великих обсягах; активне брендування.	Горілчані вироби, пиво, безалкогольні та енергетичні напої.

Джерело: розроблено за [26-30]

Після періоду помірного відновлення у 2018–2021 роках, що настав за спадом 2017 року, галузь харчової промисловості у 2024 році зіткнулася з критичним падінням. Індекс виробництва знизився до 81,8%, що на 42,7% менше за показники попереднього року. Така негативна динаміка спричинена

комплексом факторів: руйнуванням потужностей, логістичним колапсом, дефіцитом енергоресурсів та зниженням доходів населення. Попри відносну стійкість сегментів першої необхідності (хлібопекарська та молочна галузі), їхні результати не змогли нівелювати загальний галузевий спад (Рис. 2.1).

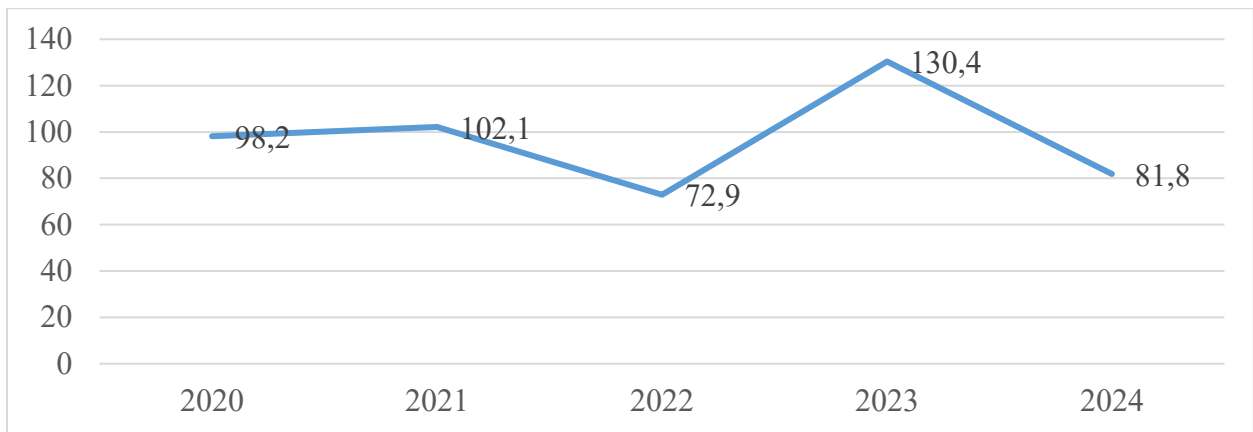


Рис. 2.1. Індекс промислового виробництва харчової продукції в Україні у 2020–2024 рр., % до попереднього року

Джерело: розроблено автором за [31]

Протягом 2015–2024 років структура українського харчового виробництва трансформувалася в бік найбільш прибуткових ніш. Найбільш стрімкий приріст зафіксовано у випуску цукру (понад 8-кратне зростання), рибної продукції (у 5,4 раза) та м'ясних виробів (у 4,3 раза). Якщо частки соняшникової олії (24,4%) та тваринних жирів (24,9%) у загальній вартості продукції залишалися стабільними, то сегмент м'яса та м'ясопродуктів продемонстрував значний стрибок — з 11,3% до 20,5% [32]. Така тенденція зумовлена як нарощуванням виробничих потужностей, так і ціновою кон'юнктурою.

У 2023-2024 році через війну в Україні спостерігалось падіння вартості виробництва борошномельно-круп'яної продукції (на 10,2%) та олії (на 9,6%). Проте сектор зміг адаптуватися: вартісні показники переробки риби злетіли на 76%, а м'ясної галузі — на 58,7%. У структурі реалізації за цей період лідерами стали олія та тваринні жири (25,1%), м'ясо та м'ясопродукти (20,6%), інші

харчові товари (13,5%), молочна продукція (9,9%), а також хліб і хлібобулочні вироби (5,4%) [32].

В Україні згідно з даними офіційної статистики виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів у довоєнному 2021 році здійснювало 6351 підприємство [33]. У 2022 році їхня кількість зменшилась на 24,3 %. Проте вже 2024 року налічувалось 5542 підприємства, що на 734 підприємства, або на 15,3 % більше попереднього періоду (Таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Динаміка окремих показників діяльності підприємств харчової промисловості

Показник	Період, рік				2022 до 2021, %	2024 до 2022, %
	2020	2021	2022	2024		
Кількість діючих підприємств, од.	6023	6351	4808	5542	-24,3	+15,3
Кількість зайнятих працівників, осіб	325598	319877	276237	267058	-13,6	-3,3
Обсяг виробленої продукції, млн грн	714841,7	784137,6	708272,0	882146,0	-9,7	+24,5
Капітальні інвестиції, млн грн	29022,6	28107,0	17493,7	33428,0	-37,8	+91,1
у т. ч. машини й устаткування	19541,6	19543,2	12194,2	23691,4	-37,6	+94,3
частка від загального обсягу, %	67,3	69,5	69,7	70,9	x	x

Джерело: складено автором за [33]

Попри воєнну агресію, українські компанії активно адаптуються, щоб зберегти ринкові позиції. Зокрема, харчова промисловість у 2023 році продемонструвала фінансове зростання на 24,5%, досягнувши показника у 882 146,0 млн грн (хоча на початку повномасштабного вторгнення спостерігалось загальне падіння виробництва на 9,7%). У регіональному розрізі понад 65% продукції припадає лише на шість областей, а безумовним лідером є Київ, на який припадає 21,7% загального обсягу (191 658,7 млн грн) (Рис. 2.2).

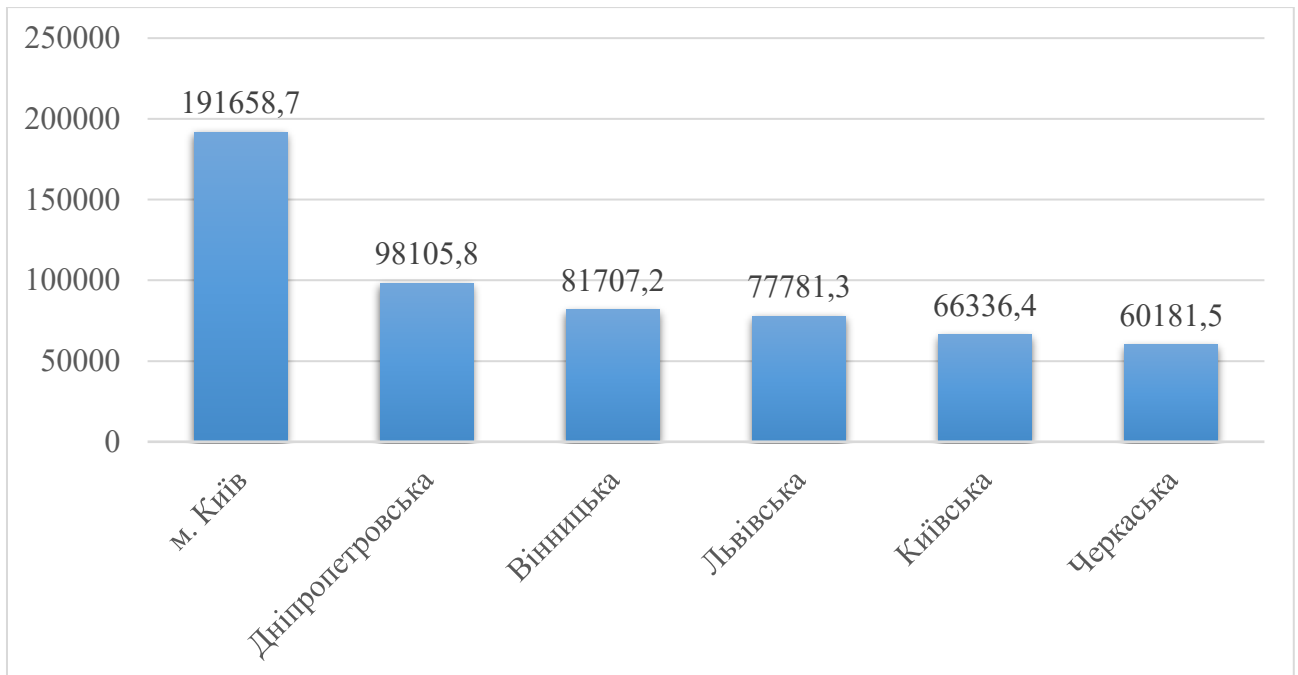


Рис. 2.2. Рейтинг регіонів із найбільшим виробництвом продукції харчової промисловості у 2023 році, млн грн

Джерело: [34]

Коливання індексів промислового виробництва в харчовому секторі вказують не лише на значну мінливість ринкової кон'юнктури, а й на виняткову здатність галузі пристосовуватися до критичних умов. Попри те, що у 2022 році виробництво кондитерських виробів, рибної та плодоовочевої продукції зазнало найвідчутнішого спаду, уже наступного, 2023 року, усі сегменти продемонстрували впевнену динаміку до відновлення (Таблиця 2.3).

Таблиця 2.3

Індекси промислової продукції за видами діяльності та основними промисловими групами

Промислові групи	2020	2021	2022	2023	2024
Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	99,2	94,6	78,4	115,6	107,6
Виробництво харчових продуктів	99,5	94,1	79,0	115,6	107,6
Виробництво м'яса та м'ясних продуктів	100,0	103,9	89,0	106,0	97,3
Перероблення та консервування риби, ракоподібних і молюсків	97,4	112,1	60,3	129,6	108,6
Перероблення та консервування фруктів і овочів	105,6	108,8	53,5	119,8	120,5
Виробництво олії та тваринних жирів	104,8	80,4	75,3	126,2	116,3
Виробництво молочних продуктів	100,2	94,5	79,6	104,0	109,4

Виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалів та крохмальних продуктів	93,6	100,6	75,7	107,2	109,1
Виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості	87,0	90,8	87,2	101,9	99,7
Виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів	95,7	102,2	78,0	103,2	105,1
Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання	95,3	102,8	80,4	103,5	105,5
Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання	96,5	101,9	73,8	102,8	105,0
Виробництво інших харчових продуктів	87,1	109,4	78,1	122,4	101,0
Виробництво цукру	67,0	131,9	91,0	135,9	108,6
Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів	98,8	100,7	73,5	116,7	92,4
Виробництво чаю та кави	93,2	106,8	65,3	103,3	86,0
Виробництво прянощів і приправ	104,4	95,5	70,0	105,0	101,4
Виробництво інших харчових продуктів	92,6	89,7	79,8	120,5	110,0

Джерело: складено за [35]

За підсумками 2024 року індекс виробництва у харчовій індустрії перевищив позначку у 107% відносно показників попереднього періоду. Така динаміка свідчить про стабілізацію галузі та зміцнення її конкурентних переваг як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях. Харчовий сектор зарекомендував себе як один із найбільш адаптивних та стійких до кризових явищ сегментів економіки. Він не лише виступає гарантом національної продовольчої безпеки, а й закладає міцний фундамент для подальшого відновлення та підвищення загальної конкурентоспроможності держави..

Важливою складовою потенціалу є географічне розташування та розвинена інфраструктура переробки. Близькість до Європейського Союзу — одного з найбагатших споживчих ринків світу — створює унікальні логістичні переваги. Окрім традиційної олії та борошна, Україна демонструє потенціал у виробництві кондитерських виробів, молочної та м'ясної продукції, соків та напоїв. Процес євроінтеграції виступає потужним стимулом для модернізації виробництва: вітчизняні підприємства активно впроваджують міжнародні стандарти якості (HACCP, ISO), що робить їхню продукцію

конкурентоспроможною не лише в Європі, а й на ринках Азії та Близького Сходу.

Традиційна логістична модель українського харчового експорту історично базувалася на поєднанні морських, залізничних та автомобільних шляхів, де кожен вид транспорту виконував свою специфічну роль залежно від обсягів партії, термінів придатності та географії збуту. Морські порти Чорного та Азовського морів (зокрема Одеса, Чорноморськ, Південний та Миколаїв) до повномасштабного вторгнення були головними воротами для українського експорту. Цей шлях був і залишається безальтернативним для масштабних поставок продукції олійно-жирової галузі (олії, шроту) та цукру на ринки далекого сполучення, такі як Індія, Китай та країни Північної Африки. Морська логістика дозволяла забезпечувати найнижчу собівартість перевезення однієї тонни продукції при великих обсягах, що робило українські товари конкурентоспроможними на глобальних ринках. Спеціалізовані термінали в портах забезпечували швидке завантаження танкерів-олієвозів та контейнеровозів, що є критичним для підтримання стабільності поставок [36; 37].

Залізничний транспорт традиційно виконував роль основної сполучної ланки між виробничими потужностями, розташованими вглиб країни, та морськими портами. Крім того, залізниця відігравала ключову роль у поставках готової продукції (борошна, круп, кондитерських виробів) до країн Східної Європи. Використання критих вагонів та рефрижераторних секцій дозволяло транспортувати значні обсяги товарів на великі відстані за відносно низької вартості [37]. Основною перевагою залізниці була її незалежність від погодних умов та здатність забезпечувати регулярність відправлень, хоча різниця в ширині колії на кордонах з ЄС завжди створювала певні технологічні затримки.

Автомобільні перевезення традиційно домінували у торгівлі з країнами Європейського Союзу та сусідніми державами. Це найбільш гнучкий шлях, який ідеально підходить для експорту товарів із високою доданою вартістю, таких як кондитерські вироби, молочна продукція, соки та м'ясо. Автотранспорт дозволяє

реалізовувати стратегію доставки «від дверей до дверей», що є критично важливим для товарів із обмеженими термінами придатності. Використання сучасних фур-рефрижераторів забезпечує дотримання «холодового ланцюга» на всьому шляху прямування, що є обов'язковою вимогою європейських ритейлерів [36; 37; 38]. У структурі експорту готової харчової продукції автомобільні шляхи завжди посідали перше місце за вартістю перевезених товарів, попри вищу ціну порівняно з морем чи залізницею.

2.2. Аналіз стану та динаміки експорту українських товарів галузі харчової промисловості

Динаміка розвитку харчової індустрії України у 2020–2024 роках позначена суттєвими коливаннями виробничих та експортних показників. Обсяги реалізації продемонстрували впевнене зростання з 480 047,2 млн грн у 2020 році до пікового значення у 632 632,4 млн грн у 2023 році, що підтвердило високу адаптивність бізнесу. Проте складні соціально-економічні умови 2024 року спричинили спад цього показника до 522 469,3 млн грн. Зовнішня торгівля галузі також розвивалася нелінійно. Стартувавши з позначки 153 416,9 млн грн у 2020 році, експорт сягнув свого історичного максимуму у 187 725,2 млн грн уже наступного року. 2022 рік приніс різке скорочення обсягів до 153 499,9 млн грн, після чого у 2023 році відбулося часткове відновлення до 179 990,4 млн грн. Завершення періоду у 2024 році відзначилося повторним зниженням експортної виручки до 166 921,3 млн грн, що стало наслідком комбінованого тиску світової кон'юнктури та внутрішніх політичних викликів (Рис. 2.3).

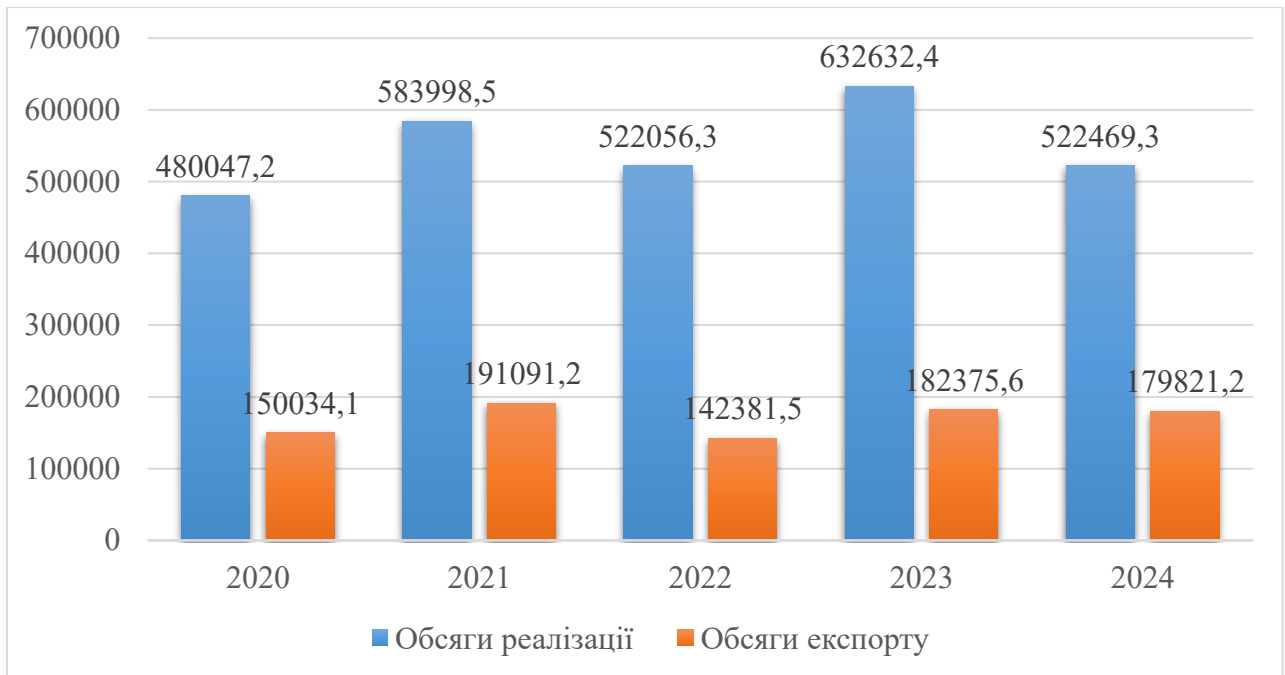


Рис. 2.3. Обсяги реалізації харчової продукції в Україні, млн грн, 2020–2024 рр.
Джерело: розроблено авторами на основі [39]

За інформацією Державної митної служби України, загальний товарообіг агропродовольчим сектором (включно з групами 1-24 УКТЗЕД та супутніми товарами, такими як казеїн, вовна та шкури) за результатами 2025 року зафіксовано на рівні 31,83 млрд дол. США. Це на 3% менше порівняно з попереднім роком. Характерною рисою 2025 року для вітчизняного аграрного сектору економіки стало помітне збільшення експорту агропродукції з доданою вартістю, а саме – товарів переробної промисловості. Їх частка становила торік близько 1/5 усіх вітчизняних поставок сільгосппродуктів за кордон. При цьому експортна виручка скоротилася на 9 %, склавши 22,71 млрд дол. США, тоді як обсяги імпорту зросли на 13 %, сягнувши 9,12 млрд дол. США [40].

Така нерівномірність у 2025 році пояснюється насамперед втратою обсягів поставок до Євросоюзу через триразову зміну торговельних режимів. Нові умови взаємодії, затверджені наприкінці року, залишатимуться незмінними до 2028 року. Попри загальне падіння, позитивну динаміку продемонстрував експорт готової продукції (групи 16-24 УКТЗЕД, борошно, маргарин, молочні продукти тощо): дохід від продажу товарів переробки досяг 4,4 млрд дол. США, що забезпечило їм частку у 20 % від загального галузевого експорту. Проте

посилення атак на портову інфраструктуру Одещини та Дунаю, що почалося в грудні 2025 року, створило нові перешкоди для стабільного вивезення як сировинних, так і перероблених товарів [40].

За підсумками 2025 року реалізація переробленої сільгосппродукції на зовнішні ринки принесла Україні 4,4 млрд дол. США, що склало майже 20% від загального обсягу аграрного експорту. Цей результат став рекордним за останні роки, підтверджуючи впевнений відхід від сировинної моделі на користь товарів із високою доданою вартістю, попри воєнні виклики та складну логістику. Хоча сировина все ще переважає в структурі поставок, частка продуктів глибокої переробки, таких як борошно, крохмаль, маргарин та молочні вироби, демонструє стійке зростання. Позитивну динаміку чітко простежують цифри минулих періодів: якщо у 2021 році виручка від переробленої продукції перевищила 4 млрд дол. США (близько 15% агроекспорту), то у 2024 році цей показник піднявся до майже 17%. Фінальний стрибок у 2025 році до 4,4 млрд дол. США та збільшення частки у структурі до майже 20% підкреслюють стратегічну трансформацію галузі. У 2025 році найбільший внесок у формування експортного виторгу серед товарів переробки (за вирахуванням відходів) зробили наступні категорії продукції (Рис. 2.4):

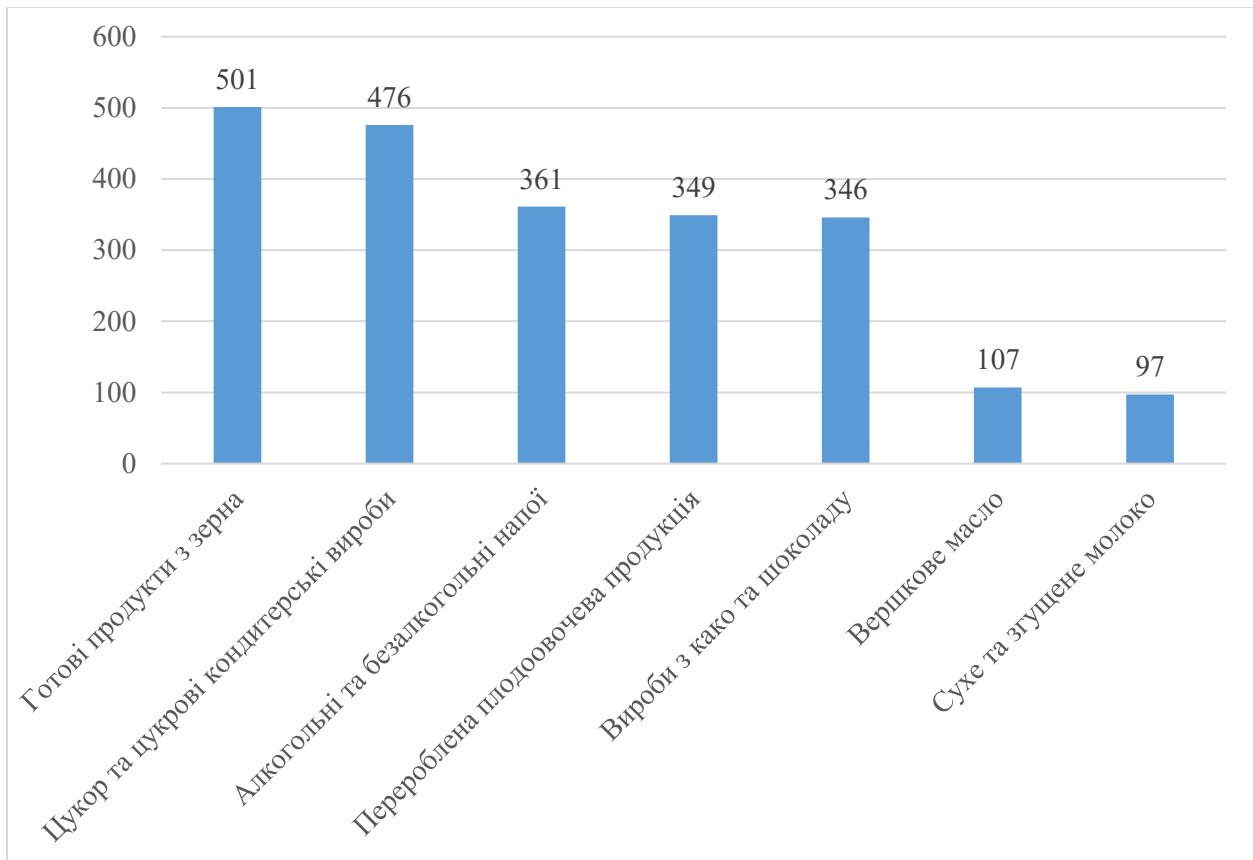


Рис. 2.4. Найбільший внесок у формування експортного виторгу серед товарів переробки, 2025 рік, млн дол США

Джерело: складено за [41]

Проаналізуємо експорт основних товарів галузі харчової промисловості за окремими основними категоріями та галузями. Протягом 2023 року виробничі потужності України поповнилися новими переробними об'єктами, зокрема було запущено «Самбір Млин» на Львівщині, борошномельний хаб «Волинь-зерно-продукт» у Волинській області, а також підприємство з випуску пшона на Черкащині. Фінансування цих проєктів частково забезпечувалося грантовою підтримкою через державні та приватні програми. За цей же період вітчизняні борошномели наростили обсяги закордонних поставок до 140,8 тис. т, що на 33,2 % перевищує результати мирного 2021 року, коли експорт складав 105,7 тис. т. Водночас середня вартість продукції у доларах у 2023 році продемонструвала спад: порівняно з попереднім роком ціна впала на 13,1 %, а відносно показників 2021 року зниження становило 5,8 % (Таблиця 2.5).

Таблиця 2.5

Експортні показники борошна за 2021-2022 та 2024 рр.

Показник	2021	2022	2024	Зростання/зниження до попереднього періоду, %	
				2024 р. /2022 р.	2024 р. /2021 р.
Вартість, тис. дол. США	36097	23598	41785	+77,1	+15,8
Вага, тис. т	105,7	74,9	140,8	+88,0	+33,2
Середня експортна ціна, дол. США/т	341,4	315,2	296,8	-5,8	-13,1
Середня експортна ціна, грн/т	9317,8	10192,6	11007,4	+8,0	+18,1

Джерело: складено за [42]

Слід відзначити, що зниження середньої ціни експорту у доларах США і підвищення у гривні обумовлено зростанням курсу долара за період 2021-2024 роки. Якщо у 2021 році курс складав 27,29 грн за 1 дол. США, то у 2024 році протягом року спостерігалася тенденція до зростання: офіційний курс зріс на 10,7% до 42,03 грн за долар до кінця року.

Повномасштабне вторгнення спричинило докорінну трансформацію географічних напрямків збуту вітчизняного борошна. Порівняно з довоєнним 2021 роком, коли ключовим ринком був Близький Схід, куди спрямовувалося 54,9 % усіх обсягів, у 2024 році основним вектором став Європейський Союз, частка поставок до якого перевищила 50%. Зміна торговельних пріоритетів призвела і до оновлення переліку держав-лідерів з імпорту української борошномельної продукції. Ключовими споживачами у 2024 році виступили такі країни. (рис. 2.5).

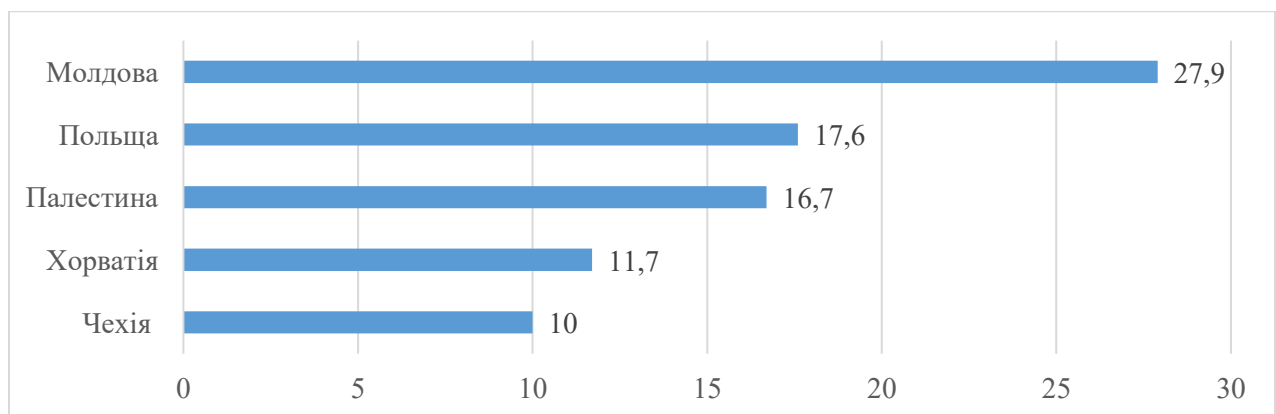


Рис. 2.5. Основні споживачі українського борошна у 2023 році, тис. т

Джерело: складено за [42]

Таким чином, у 2024 році найбільше відвантажено борошна у Молдову – 27,9 тис. т, що становило 19,8 % від загального обсягу експортних продажів.

Досить вагомі експортні показники крупи із зерна зернових культур (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Показники експорту крупи із зерна зернових культур за 2021-2022 та 2024 рр.

Показник	2021	2022	2024	Зростання/зниження до попереднього періоду, %	
				2024 р. /2022 р.	2024 р. /2021 р.
Вартість, тис. дол. США	14192	8815	15562	+76,5	+9,7
Вага, тис. т	33,2	20,0	41,4	+107	+24,6
Середня експортна ціна, дол. США/т	427,5	442,7	376,1	-15,0	-12,0
Середня експортна ціна, грн/т	11666,0	14316,1	13950,7	-2,6	+19,6

Джерело: складено за [42]

За підсумками 2023 року обсяги реалізації круп на зовнішні ринки збільшилися на 24,6% відносно показників 2021 року, досягнувши позначки 41,0 тис. т. У цей період зафіксовано падіння середньої вартості експорту в доларах на 12,0% (до 376,1 дол. США/т), водночас у гривневому еквіваленті ціна продемонструвала зростання на 19,6%. Протягом січня-жовтня 2024 року спостерігався спад експортних поставок зернових круп на 25,0% порівняно з аналогічним часовим відрізком 2023 року, що в натуральному вимірі склало 27,4 тис. т, проте середня ціна реалізації піднялася на 4,0% — до 386,5 дол. США/т. Нині на ринку простежується падіння інтересу до дорогої продукції, як-от рис, булгур чи кус-кус, тоді як попит на бюджетні крупи (ячмінну, перлову та пшеничну) залишається стабільно високим. Разом з тим, лідерство в експортному сегменті вже протягом десятиліття утримують безглютенові культури — кукурудза, просо та горох [43].

Український молочний сектор традиційно фокусується на зовнішніх ринках, хоча останнім часом деградація сировинної бази стримувала постачання. 2022 рік почався з катастрофічного падіння внутрішнього споживання та блокади експорту, але згодом став періодом неочікуваного зміцнення позицій. Завдяки спільним зусиллям бізнесу та уряду були розроблені нові логістичні

маршрути, а скасування Євросоюзом квот і мит відкрило шлях для масового продажу масла, казеїну та сухого молока в ЄС, вчасна адаптація до ринку ЄС дозволила Україні наростити експорт масла (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Показники експорту масла вершкового і сирів усіх видів за 2021-2022 та 2024 роки

Показник	Період, рік			2024 до 2021, %
	2021	2022	2024	
Масло вершкове				
Вартість, тис. дол. США	52304	81741	41770	-20,1
Вага, т	10856	14102	7790	-28,2
Сири усіх видів				
Вартість, тис. дол. США	26689	42274	39962	+49,7
Вага, т	6921	8983	8879	+28,3

Джерело: складено за [42]

Слід відмітити, що у 2022 році обсяги експорту масла вершкового порівняно з довоєнним 2021 роком зросли на 29,9 % і становили 14102 т. Експортна виручка зросла на 56,3%. Експорт сирів усіх видів також зріс: за обсягами – на 29,8%, за вартістю – на 58,4%. Однак у 2024 році відбулися різкі зміни – обсяги експорту масла вершкового становили усього 7790 т, не досягнуто навіть рівня довоєнного 2021 року – зниження становить 28,2 %.

За відомостями Державної митної служби України, ключовими споживачами всіх категорій сирів у 2024 році виступили Казахстан та Молдова. У загальній структурі експортних поставок цієї продукції на зазначені країни припало 38,1% та 37,6% відповідно. Найбільше масла вершкового в Україні закупила Молдова – 41,1% від загального експорту. Другу і третю позиції посідають Азербайджан і Казахстан із показниками 15,9 % та 11.7% (Рис. 2.6).

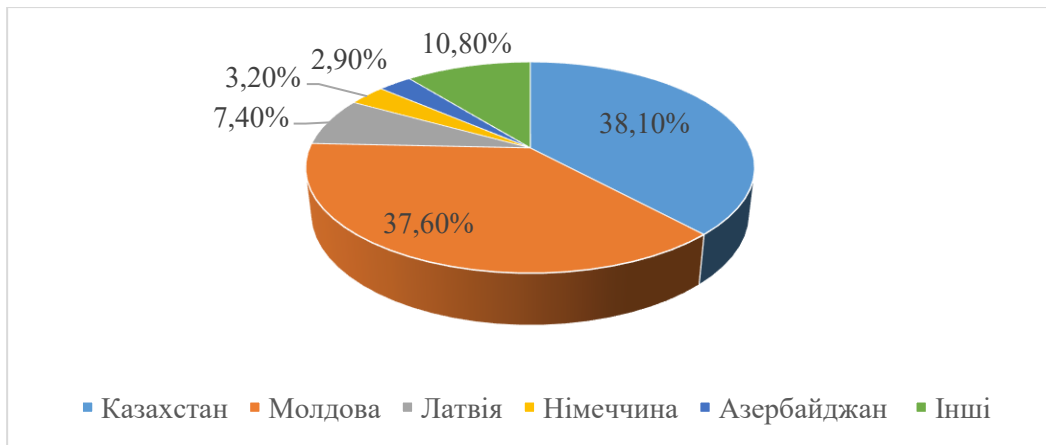


Рис. 2.6. Географічна структура експорту сирів України у 2024 році, %
Джерело: складено за [42]

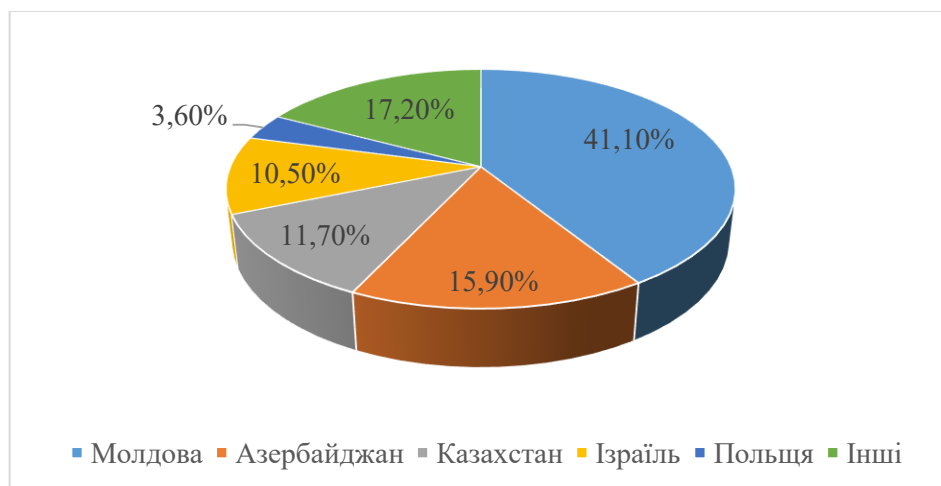


Рис. 2.7. Географічна структура експорту масла вершкового України у 2024 році, %
Джерело: складено за [42]

Олійно-жировий комплекс є стратегічним сегментом української харчової промисловості, що відіграє вагому роль у наповненні державного бюджету. Завдяки значним обсягам виробництва галузь повністю задовольняє внутрішні потреби та зберігає статус провідного постачальника на світовій арені. Високий експортний потенціал соняшникової олії підтверджується стабільною динамікою показників за 2021–2024 роки (Таблиця 2.8).

Таблиця 2.8

Показники експорту олії соняшникової за 2021-2022 та 2024

Показник	2021	2022	2024	Зростання/зниження до попереднього періоду, %	
				2024 р. /2022 р.	2024 р. /2021 р.
Вартість, тис. дол. США	6387636	5464151	5006924	-8,4	-21,6
Вага, тис. т	5132,1	4290,3	5740,8	+33,8	+11,9
Середня експортна ціна, дол. США/т	244,6	1273,6	872,2	-31,5	-29,9
Середня експортна ціна, грн/т	3966,0	41188,0	32348,9	-21,5	-4,8

Джерело: складено за [42]

Додатковим стимулом для світового попиту стала цінова перевага української продукції відносно інших видів рослинних олій, що спонукало вітчизняні заводи до інтенсифікації переробки. Крім того, аналітики підкреслюють стратегічну значущість відновлення стабільних морських перевезень як ключового фактора підтримки високих темпів відвантаження. За оцінками фахівців «УкрАгроКонсалт», які спираються на дані USDA, роль України в глобальній торгівлі соняшниковою олією за результатами 2023/24 маркетингового року залишиться визначальною: її частка сягне практично 41%. Провідні позиції серед вітчизняних постачальників цієї продукції стабільно утримують компанії «Кернел», Bunge (представлена миколаївськими виробничими та логістичними потужностями), а також агрохолдинг МХП [44].

Аналіз окремих виробників харчових товарів демонструє, що рейтинг найбільших компаній за підсумками виторгу за 2024 рік очолила Roshen, яка у минулому році отримала 37,4 млрд грн, а за перше півріччя 2025 року – 18,9 млрд грн. Наступною є Nestle з показником 14,9 млрд грн за 2024 рік і 10 млрд грн за шість місяців поточного року (Таблиця 2.9)

Таблиця 2.9

Рейтинг компаній за рівнем виторгу (2024 – 1-ше півріччя 2025 рр.)

Компанія	Виторг 2024, млрд грн	Виторг 6 міс. 2025, млрд грн	Галузь	Коротка характеристика діяльності
Roshen	37,4	18,9	Кондитерська	Експорт готової брендованої продукції (шоколад, цукерки).
Nestle	14,9	10,0	Багатопрофільна	Міжнародний гігант; виробництво соусів («Торчин»), напоїв («Nescafe») та кондитерських виробів.
«Щедро»	12,0	4,5	Олійно-жирова	Виробник маргарину, майонезу та соусів на основі рослинних жирів.
«Радехівський цукор»	11,8	3,8	Цукрова	Один із найбільших виробників цукру в Україні, орієнтований на внутрішній ринок та експорт до ЄС.
«Терра Фуд»	10,6	6,3	Молочна	Лідер у сегменті рослинно-вершкових сумішей та фасованого масла (ТМ «Ферма»).
«Монделіс Україна»	9,5	5,1	Кондитерська	Виробництво шоколаду («Корона», «Milka») та печива («Barny», «Oreo»); висока частка експорту.
«Оліяр»	9,3	6,3	Олійно-жирова	Виробництво соняшникової, ріпакової та соєвої олії (ТМ «Майола»).
«Молочний альянс»	9,3	4,8	Молочна	Об'єднання переробних заводів (ТМ «Пирятин», «Яготинське»); виробництво сирів та молока.
«Глобіно»	9,0	4,4	М'ясопереробна	Виробник ковбасних та м'ясних виробів із власною сировинною базою.
«Золотий Дракон»	6,9	3,9	Олійно-жирова	Переробка олійних культур та гуртовий експорт олії.
«Малбі»	6,7	3,8	Кондитерська	Виробник шоколадної продукції (бренд «Millennium»).
Allseeds Black Sea	5,9	2,3	Олійно-жирова	Експортний термінал та завод із переробки олійних, порт «Південний».
Птахокомплекс «Дніпровський»	5,8	3,4	Птахівництво	Вертикально інтегроване виробництво м'яса птиці (ТМ «Знатна курка») з високим експортним потенціалом.
Star Brands	5,5	3,4	Напої та бакалія	Дистрибуція та виробництво популярних споживчих брендів у сегменті напоїв та продуктів харчування.
«Віктор і К»	5,5	3,3	Олійно-жирова	Виробник широкого спектру бакалії під ТМ «Королівський смак» (олія, майонез, кетчуп).

Джерело: складено за [45]

Аналіз рейтингу провідних підприємств підтверджує стратегічне домінування олійно-жирового сектору в структурі української харчової промисловості. З п'ятнадцяти найбільших компаній за виторгом п'ять безпосередньо представляють олійну галузь («Щедро», «Оліяр», «Золотий

Дракон», Allseeds Black Sea, «Віктор і К»), що забезпечує цьому сегменту понад 25% сукупного виторгу всієї групи лідерів. Це свідчить про надзвичайно високу концентрацію капіталу в переробці олійних культур, де стабільно високий світовий попит на олію та шрот дозволяє компаніям утримувати масштабні обсяги реалізації навіть у кризові періоди.

Друге місце за фінансовою вагою посідає кондитерська галузь, представлена такими гігантами, як Roshen, «Монделіс Україна» та «Малбі». Завдяки високій доданій вартості та впізнаваності брендів, ці компанії генерують значну частину доходів ринку, причому лідер рейтингу — Roshen — за рівнем виторгу випереджає найближчих конкурентів більше ніж удвічі. Це підкреслює роль кондитерського сектору як головного «технологічного драйвера» експорту готової продукції.

Молочний та м'ясопереробний сектори («Терра Фуд», «Молочний альянс», «Глобіно», Птахокомплекс «Дніпровський») демонструють стабільну динаміку, орієнтуючись на вертикальну інтеграцію — від власної сировини до полиці магазину. Їхня присутність у топі свідчить про важливість продуктів тваринного білка як для внутрішньої продовольчої безпеки, так і для нарощування експорту до країн ЄС та Близького Сходу. Таким чином, сучасна структура лідерів ринку є збалансованою: вона поєднує потужний сировинний переробний базис (олія, цукор) із високотехнологічним виробництвом готових продуктів харчування.

2.3. Аналіз чинників впливу на експорт українських товарів галузі харчової промисловості

Аналіз чинників, що визначають динаміку та ефективність українського харчового експорту, дозволяє виділити групу критичних факторів, які в умовах 2024–2026 років формують нову реальність для вітчизняних виробників.

Логістичний чинник та інфраструктурна стійкість на сучасному етапі перетворилися із допоміжних елементів торгівлі на базову умову фізичного виживання експортних контрактів. Для української харчової промисловості, яка

виробляє великі обсяги масових товарів, таких як соняшникова олія, шрот, цукор та борошно, доступ до морських комунікацій є безальтернативним способом збереження глобальної конкурентоспроможності.

Робота «морського коридору» та стабільність функціонування портів Великої Одеси (Одеса, Чорноморськ, Південний), а також розбудова Дунайського кластеру (Ізмаїл, Рені) безпосередньо корелюють із динамікою валютних надходжень. Морський шлях дозволяє відвантажувати продукцію суднами типу Panamax, що критично важливо для ринків Індії, Китаю та країн Північної Африки. Наприклад, постачання соняшникової олії великими танкерами дозволяє максимально знизити питому вартість перевезення однієї тонни, що робить український продукт привабливішим за конкурентів з інших регіонів [46].

Однак інфраструктурна стійкість постійно піддається випробуванням через воєнні загрози. Будь-яка ескалація обстрілів портових терміналів, складів та зерносховищ, як це відбувалося під час посилення атак у грудні 2025 року, запускає ланцюгову реакцію економічних наслідків. По-перше, різко зростає вартість страхування суден (war risk premium), що автоматично додається до ціни товару. По-друге, міжнародні судновласники стають менш охочими надавати свій флот, що провокує дефіцит вільного тоннажу та ріст ставок фрахту.

Для експортера харчових товарів це означає, що логістична складова в структурі ціни може зростати з традиційних 10-15% до критичних 30-40% [8]. У ситуації, коли світові ціни на продовольство стабілізуються або падають, таке здорожчання логістики робить українську продукцію нерентабельною для зовнішнього покупця. У відповідь на ці виклики бізнес змушений інвестувати у «сухі порти» на західних кордонах та розвивати мультимодальні перевезення (контейнерні поїзди до європейських портів Гданськ чи Клайпеда). Хоча це дорожче за прямий морський експорт з Одеси, наявність таких дублюючих маршрутів забезпечує інфраструктурну стійкість, дозволяючи виконувати контракти навіть у періоди повної або часткової блокади морських шляхів.

Регуляторний чинник та євроінтеграційний тиск на сучасному етапі визначають нову парадигму існування українського харчового експорту. Стратегічно важлива переорієнтація з традиційних ринків Близького Сходу та Азії на ринок Європейського Союзу призвела до того, що європейський вектор став домінуючим: наприклад, частка поставок українського борошна до ЄС уже перевищила 50%, а позиції молочної та кондитерської галузей продовжують зміцнюватися. Проте цей доступ не є безумовним і супроводжується жорстким тиском щодо відповідності стандартам якості та безпечності [45].

Ключовим інструментом регулювання виступає «торгова дипломатія», яка в умовах політичної волатильності всередині самого ЄС набула форми «контрольованого доступу». Протягом лише 2025 року режими торгівлі змінювалися тричі, що створювало для українських експортерів ситуацію високої невизначеності. Впровадження оновлених умов, які діятимуть до 2028 року, передбачає використання механізмів автоматичного квотування для так званих «чутливих» товарів, до яких належать цукор, м'ясо птиці, яйця та крупи. Це означає, що як тільки обсяги експорту перевищують середньостатистичні показники попередніх років, ринок автоматично обмежується митами або квотами для захисту європейських фермерів [20; 30].

Такий регуляторний тиск змушує український бізнес до глибокої внутрішньої трансформації. По-перше, дотримання стандартів НАССР (аналіз ризиків і критичні контрольні точки) та отримання європейських сертифікатів безпечності стало обов'язковою технічною умовою експорту. По-друге, квотування спонукає виробників змінювати стратегію: замість нарощування обсягів сировинного експорту (наприклад, цукру-піску), вони змушені переходити до постачання продукції з глибшою переробкою, на яку обмеження діють менш жорстко [47].

Економіко-вартісний чинник є ключовим індикатором життєздатності експорту, оскільки він визначає фінансовий результат діяльності підприємств у трикутнику «собівартість – логістика – світова ціна». Для українських виробників харчової продукції цей чинник має критичне значення через високу

частку сировини в структурі витрат та пряму залежність від глобальних біржових коливань. Харчова промисловість України залишається надзвичайно чутливою до кон'юнктури зовнішніх ринків, де ціни формуються під впливом глобального балансу попиту та пропозиції. Яскравим прикладом такої вразливості став кейс молочної продукції. У 2022 році, на фоні енергетичної кризи в Європі та дефіциту жирів, ціни на вершкове масло в ЄС злетіли до аномальних 7500 дол/т, що зробило експорт з України надприбутковим навіть за складних умов логістики. Проте вже у 2023 році відбулася корекція ринку: збільшення виробництва в ЄС та зниження купівельної спроможності призвели до обвалу цін до рівня нижче 5000 дол/т [48]. Для багатьох українських заводів, які мають вищу собівартість переробки через дорогі енергоносії та складну логістику, такий рівень цін став «точкою беззбитковості» або навіть збитковості. Це доводить, що наявність фізичного попиту на ринку ще не гарантує успіху — вирішальною є цінова дистанція між локальною собівартістю та глобальною котируванням.

Інший бік економічного чинника демонструє олійно-жирова галузь. Тут Україна конкурує не лише з іншими виробниками соняшникової олії, а й із заміниками — пальмовою, соєвою та ріпаковою оліями. У періоди, коли соняшникова олія торгується з мінімальним спредом (цінвою різницею) відносно дешевої пальмової олії, світові імпортери (зокрема Індія та Китай) масово переключаються на український продукт. Саме завдяки утриманню нижчої або конкурентної ціни порівняно з іншими рослинними жирами, Україна змогла зберегти домінуючу частку в 41% світового ринку [26]. Це підкреслює стратегічну роль цінового паритету: як тільки українська олія стає занадто дорогою через внутрішні фактори, глобальні покупці миттєво переходять на дешевші альтернативи.

В умовах такої цінової залежності єдиним інструментом захисту рентабельності для українського експортера стає управління внутрішньою ефективністю. Оскільки на світову ціну виробник вплинути не може, він змушений знижувати питомі витрати. Саме тому економічний чинник стимулює переробні підприємства до впровадження енергоощадних технологій

(наприклад, спалювання лушпиння соняшнику замість газу) та автоматизації процесів. Ті компанії, які змогли мінімізувати виробничі витрати, залишаються рентабельними навіть на світових ринках, тоді як технологічно застарілі підприємства змушені зупиняти експорт при перших ознаках падіння котировок [1].

Економіко-вартісний баланс українського харчового експорту у 2026 році визначається складною взаємодією девальваційних процесів, податкового тиску на енергоресурси та глобальної цінової кон'юнктури:

- Вплив валютного курсу та девальвації - помірна девальвація гривні (прогнозований курс на 2026 рік становить 43,0–45,5 грн/USD) традиційно робить українську продукцію привабливішою на світових ринках, оскільки валютна виручка при конвертації покриває більше внутрішніх витрат [49]. Позитивний ефект девальвації частково перекривається здорожчанням критичного імпорту для харчової промисловості: пакування, інгредієнтів, запчастин для обладнання та насіннєвого матеріалу, що закладає фундамент для зростання собівартості.
- Логістичне здорожчання та паливний чинник - 31 січня 2026 року ставки акцизного податку на пальне суттєво зросли: на дизель — з 215,7 до 253,8 євро за 1000 л, на бензин — до 300,8 євро [50]. Це безпосередньо збільшує витрати аграріїв та перевізників. У квітні 2026 року близько 76% українського бізнесу зафіксувало ріст логістичних витрат через паливну кризу та підвищення цін на нафту. Для експортерів меду, молочної та м'ясної продукції це означає додаткові витрати у десятки тисяч євро щомісяця.
- Собівартість виробництва - через паливний та енергетичний чинники собівартість агровиробництва у 2026 році може зрости на 20%, що тисне на маржинальність експорту готових продуктів. Регулярні перебої з електропостачанням змушують підприємства використовувати дизель-генератори, що здорожує продукцію (особливо енергоємне виробництво хліба, м'яса та молочних продуктів). Висока вартість логістики та кормів провокує зростання внутрішніх цін на 1,5–2% щомісяця, що може призвести до загальної річної інфляції у 10–15% у 2026 році [51].

Структурно-технологічний чинник став фундаментальною основою трансформації українського експорту, перетворивши харчову промисловість із «дodatка до аграрного сектору» на самостійний високотехнологічний локомотив економіки. Досягнення частки переробленої продукції у 20% від загального агроекспорту з виручкою 4,4 млрд дол. США у 2025 році — це не просто статистичний успіх, а результат стратегічної зміни моделі виживання бізнесу в умовах війни [52].

Головна перевага переробленої продукції (борошна, круп, кондитерських виробів) полягає в її логістичній мобільності. Якщо сировина (зерно, кукурудза) потребує гігантських обсягів перевезень через морські порти, то готові продукти мають значно вищу ціну за одиницю ваги. Це дозволяє ефективно використовувати автомобільний транспорт і залізницю для експорту через західні кордони. У разі блокади портів підприємства не зупиняють діяльність, а просто переорієнтовують фури на європейські хаби, що робить їх набагато стійкішими до військових загроз.

Поява нових потужностей у 2024–2025 роках стала можливою завдяки синергії бізнесу та держави. Державні гранти та підтримка міжнародних донорів (USAID, фонди ЄС) суттєво знизили поріг входу для інвесторів. Це стимулювало створення саме середніх і малих переробних заводів, які є більш маневровими на ринку. Інвестиції спрямовувалися не лише в стіни, а й у сучасне обладнання для глибокої переробки, що дозволило виробляти продукцію з довшим терміном придатності та вищою доданою вартістю [52].

Кожен відсоток зростання переробки — це залишені всередині країни податки, зарплати та робочі місця. Експортуючи борошно замість пшениці, Україна залишає у себе висівки для тваринництва та додану вартість від помелу. Це створює мультиплікативний ефект: розвиток переробки тягне за собою попит на якісне пакування, логістичні послуги, лабораторні дослідження та маркетинг. У 2025 році саме цей сектор став головним драйвером наповнення бюджету в агропромисловому комплексі.

Будівництво нових заводів «з нуля» дозволило відразу впроваджувати цифрові системи контролю якості (НАССР, ISO) та автоматизовані лінії. Це знімає технічні бар'єри при вході на ринок ЄС, де вимоги до безпечності харчових продуктів є найвищими у світі. Сучасне пакування та брендування українських товарів (наприклад, кондитерської галузі) роблять їх конкурентоспроможними безпосередньо на полицях європейських супермаркетів, а не лише як сировину для подальшої переробки.

Проведення PESTEL-аналізу в межах дослідження українського експорту харчової промисловості є критично важливим інструментом, що дозволяє систематизувати складний комплекс зовнішніх чинників, які знаходяться поза безпосереднім контролем виробників. У сучасних реаліях такий аналіз виконує роль навігатора, допомагаючи бізнесу та державі адаптуватися до умов безпрецедентної невизначеності. Політичний та юридичний блоки аналізу дозволяють тверезо оцінити наслідки євроінтеграційних процесів, де поряд із відкриттям ринків існують механізми «контрольованого доступу» та квотування, що вимагає від експортерів не лише гнучкості, а й постійної готовності до зміни правил гри. Економічна складова аналізу підкреслює вразливість галузі до волатильності світових цін та зростання внутрішньої собівартості через дорогі енергоносії, що стимулює перехід від сировинної моделі до глибокої переробки. Це логічно доповнюється технологічним чинником, оскільки інвестиції в нові виробничі потужності та цифровізацію логістики стають єдиним способом диверсифікувати ризики, пов'язані з блокадою традиційних морських шляхів. Водночас екологічний та соціальний аспекти вказують на глобальну трансформацію споживчого попиту, де відповідність «зеленим» стандартам ЄС та запит на функціональне харчування стають обов'язковими передумовами для входу на преміальні ринки. Таким чином, PESTEL-аналіз перетворюється на дорожню карту, яка забезпечує стійкість національної економіки та зміцнює її позиції як надійного продовольчого хабу навіть у кризових умовах (Таблиця 2.10).

Таблиця 2.10

PESTEL-аналіз чинників, що впливають на український експорт товарів
харчової промисловості

Категорія чинників	Чинники впливу	Характер впливу на експорт
Р – Політичні	Військова агресія РФ	Блокада портів, руйнування інфраструктури, необхідність «торгової дипломатії» для захисту морських коридорів.
	Євроінтеграція	Режим «економічного безвізу», але з ризиками квотування чутливих товарів (цукор, птиця) до 2028 року.
	Протекціонізм сусідніх країн	Ризики блокування кордонів та запровадження односторонніх заборон на імпорт українського продовольства.
Е – Економічні	Волатильність цін на енергію	Зростання собівартості виробництва через дорогий газ та електрику (особливо для молочної та цукрової галузей).
	Курс валют та інфляція	Девальвація гривні стимулює виручку експортерів, але здорожує імпортні інгредієнти та логістику.
	Світова кон'юнктура цін	Залежність від цінового паритету (наприклад, конкуренція соняшникової олії з пальмовою на світових ринках).
S – Соціальні	Демографічна криза	Дефіцит кадрів через міграцію та мобілізацію, що змушує підприємства інвестувати в автоматизацію.
	Зміна споживчих уподобань	Глобальний тренд на здорове харчування, що відкриває нові ніші для України.
	Брендинг «Made in Ukraine»	Зростання лояльності до українських товарів у світі як жест солідарності та визнання якості.
Т – Технологічні	Глибока переробка	Перехід від експорту зерна до борошна, крохмалю та шроту (висока додана вартість).
	Цифровізація логістики	Впровадження систем електронної черги та блокчейн-простежуваності продукції для ринків ЄС та Китаю.
	Енергоефективні технології	Перехід заводів на альтернативне паливо (спалювання лушпиння, біогаз) для зниження собівартості.
Е – Екологічні	Регламенти ЄС	Необхідність підтверджувати відсутність дефорестації та низький вуглецевий слід продукції.
	Кліматичні зміни	Аномальні посухи, що впливають на врожайність олійних та цукрових буряків у певних регіонах України.
L – Юридичні	Сертифікація	Обов'язкова відповідність європейським стандартам безпечності харчових продуктів для виходу на ринок.
	Зміни в оподаткуванні	Зростання акцизів на пальне, що безпосередньо збільшує витрати на транспортування експортних партій.

Джерело: авторська розробка

PESTEL-аналіз підтверджує, що український харчовий експорт перейшов у фазу вимушеної технологічної трансформації. Головний висновок полягає в тому, що зовнішні виклики — від воєнної блокади портів до жорстких

екологічних норм ЄС — роблять сировинну модель торгівлі економічно ризикованою та малоефективною. Єдиним шляхом збереження конкурентоспроможності є розвиток глибокої переробки, яка забезпечує логістичну мобільність (можливість експорту автотранспортом) та високу додану вартість. Таким чином, успіх галузі тепер залежить не стільки від обсягів врожаю, скільки від здатності бізнесу інвестувати в цифровізацію, енергоефективність та сувору відповідність міжнародним стандартам якості.

Висновок до Розділу 2

Харчова промисловість України демонструє успішний перехід від сировинної моделі до експорту товарів із високою доданою вартістю. Ключовими перевагами галузей є вертикальна інтеграція виробництва, відповідність міжнародним стандартам якості та поєднання конкурентної ціни з технологічною інноваційністю, що дозволяє масштабувати присутність українських брендів на глобальному ринку. Найбільші перспективи демонструють галузі з глибоким рівнем переробки (кондитерська, молочна, м'ясопереробна), що дозволяє країні мінімізувати залежність від волатильності цін на зерно та нарощувати валютні надходження.

Згідно з результатами PESTEL-аналізу, вітчизняний харчовий експорт перебуває на етапі технологічного переходу. Сировинна модель вичерпала себе через безпекові та регуляторні ризики. Пріоритетом стає глибока переробка, що дає змогу гнучко використовувати автотранспорт і створювати додану вартість. Ключовими факторами успіху тепер є інвестиції в енергоефективність, цифровізацію та відповідність світовим стандартам.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ АКТИВІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ ГАЛУЗІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

3.1. Перспективі географічної та товарної диверсифікації українського експорту товарів галузі харчової промисловості

Хоча Європейський Союз залишається ключовим партнером України, однак вже сьогодні спостерігається тенденція до поступового зниження його частки в агроекспорті (з 52,1% у 2024 році до 47,5% у 2025-му) на користь інших регіонів.

Для подальшого розвитку експортної діяльності слід розглянути можливості географічної диверсифікації на такі пріоритетні ринки (Таблиця 3.1)

Таблиця 3.1.

Пріоритетні ринки для диверсифікації харчового експорту України

Регіон	Ключові товарні групи	Стратегічне значення та перспективи
Європейський Союз (Німеччина, Польща, Нідерланди)	Органічні продукти, цукор, мед, ягоди, кондитерські вироби	Основний ринок; перехід від сировини до готової продукції (Private Label для мереж ЄС).
Близький Схід (ОАЕ, Саудівська Аравія)	М'ясо птиці (халяль), яйця, олія, молочна продукція, соуси	Висока купівельна спроможність; ринок, що імпортує до 90% харчових продуктів.
Південно-Східна Азія (Китай, В'єтнам, Індонезія)	Олія, горох, борошно, крохмаль, алкогольні напої	Наймасштабніший ринок у світі; Китай — лідер за обсягами споживання олії та бобових.
Східна Азія (Японія, Південна Корея)	Згущене молоко, перероблені овочі та фрукти, функціональна їжа	Найсуворіші вимоги до якості; відкриття цих ринків піднімає репутацію бренду "Made in Ukraine".
Північна Африка (Єгипет, Туреччина, Марокко)	Борошно, олійний шрот, молочні суміші, кондитерські вироби	Традиційні партнери; можливість розширення асортименту за рахунок продуктів переробки зерна.
Північна Америка (Канада, США)	Олія, кондитерські вироби, спиртні напої, нішева бакалія	Робота в межах зони вільної торгівлі (зокрема CUFTA з Канадою); фокус на етнічні громади та "здорове харчування".
Африка (Субсахарська) (Нігерія, ПАР)	Молочний порошок, консерви, борошно, олія	Ринки, що стрімко зростають; попит на продукти тривалого зберігання.

Джерело: авторська розробка

Диверсифікація в межах ЄС сьогодні — це не пошук нових країн, а зміна товарної номенклатури: від фуражної кукурудзи до замороженого ягідного пюре, органічного меду та шоколаду під брендами європейських мереж [53; 54]. Для українських виробників це найшвидший шлях на полиці супермаркетів Німеччини чи Нідерландів. Європейські ритейлери (Lidl, Aldi, Rewe) активно шукають партнерів для випуску товарів під своїми брендами через інфляцію та потребу в дешевших, але якісних аналогах. Україна експортує брендovanі пакунки цукру або кондитерські вироби, виготовлені на замовлення німецьких мереж, а також посідає 2-ге місце серед країн-експортерів органічної продукції до ЄС. Велика кількість меду експортується до Німеччини (найбільший споживач у світі), але зараз завдання — перейти від експорту меду в бочках до фасованого продукту з доданою вартістю. Замість експорту зерна (сировини) вигідніше експортувати печиво чи вафлі, оскільки логістика готової продукції в перерахунку на вартість одиниці товару значно дешевша.

Ринки Близького Сходу, зокрема Об'єднані Арабські Емірати та Саудівська Аравія, представляють собою унікальну стратегічну зону для українського експорту через критичну залежність цих країн від зовнішніх поставок. Оскільки регіон імпортує до 90% харчових продуктів, він перетворюється на арену жорсткої глобальної конкуренції, де українська продукція має вагому перевагу завдяки поєднанню високої якості та конкурентної ціни [55]. Основним драйвером успіху тут виступає м'ясо птиці, проте вхід на цей ринок неможливий без суворого дотримання стандартів «Халяль», що вимагає від українського бізнесу серйозної сертифікації та перебудови забійних процесів. Висока купівельна спроможність місцевого населення формує запит на преміальну та готову до вживання продукцію, що ідеально збігається з курсом України на глибоку переробку. Наприклад, замість постачання сирової олії, українські компанії все частіше пропонують фасовану продукцію та спеціалізовані соуси, які мають тривалий термін зберігання, що є критичним для спекотного клімату. Молочна продукція, зокрема вершкове масло та сухе молоко, також має стабільний попит, оскільки локальне виробництво в

пустельних умовах є надто витратним та обмеженим. Важливим фактором є те, що ОАЕ виконує роль глобального логістичного хабу. Продукція, яка потрапляє до Еміратів, часто реекспортується в інші країни Затоки та Східну Африку, що відкриває для українських експортерів значно ширші горизонти, ніж просто один локальний ринок. В умовах обмеженої морської логістики в Чорному морі, експорт дорогої продукції тваринництва та готової бакалії до цього регіону стає економічно виправданим, оскільки висока додана вартість цих товарів дозволяє покривати складні логістичні витрати. Таким чином, Близький Схід є не просто споживачем, а стратегічним партнером, який стимулює українські підприємства інвестувати в технології відповідності міжнародним стандартам та створювати продукти, що здатні конкурувати з кращими світовими брендами на полицях Єр-Ріада та Дубая.

Ринок Південно-Східної Азії, де ключовими гравцями виступають Китай, Індонезія та В'єтнам, є для України стратегічним майданчиком з колосальним потенціалом масштабування. Головна особливість цього регіону полягає у поєднанні величезної кількості споживачів та стрімкої урбанізації, що формує постійно зростаючий попит на базові продукти харчування та промислову сировину. Для українських експортерів цей напрямок є пріоритетним у контексті збуту соняшникової олії, де Україна традиційно утримує лідерські позиції, проте зараз фокус зміщується з експорту сировини в цистернах на постачання бутильованої продукції та спеціалізованих жирів для харчової промисловості Азії. Окремим перспективним вектором є ринок зернобобових та продуктів їх переробки, зокрема гороху та крохмалю, які інтегруються у місцеві культури харчування та промислове виробництво фуд-інгредієнтів. Китай, будучи одним із найбільших імпортерів українського шроту, створює стабільний запит на кормову базу, що стимулює розвиток вітчизняного олійноекстракційного виробництва. Водночас такі країни, як Індонезія, демонструють високий інтерес до борошна та кондитерських виробів, що дозволяє українським виробникам диверсифікувати поставки за рахунок товарів із вищою доданою вартістю, які витримують тривале морське транспортування. Логістична складність роботи з

азійським регіоном компенсується обсягами контрактів, що дозволяє українському бізнесу оптимізувати витрати через ефект масштабу. Крім того, вихід на ці ринки вимагає цифрової трансформації продажів, оскільки Азія є лідером у сфері електронної комерції, де українські бренди бакалії та солодоців можуть напряду комунікувати з кінцевим споживачем через глобальні маркетплейси. Таким чином, Південно-Східна Азія виступає потужним стимулом для модернізації української харчової галузі, змушуючи підприємства не лише нарощувати обсяги, а й адаптувати упаковку, смакові властивості та маркетингові стратегії під специфічні вподобання азійського макрорегіону [56].

Північна Африка, зокрема Єгипет, Марокко та Туреччина, історично є одним із найбільш стабільних та містких ринків для українського продовольства, що обумовлено як географічною близькістю, так і дефіцитом власних земельних та водних ресурсів у цих країнах. Сьогодні цей регіон проходить трансформацію від закупівлі виключно зернової сировини до імпорту продуктів глибокої переробки, що відкриває перед Україною нові можливості. Єгипет залишається ключовим споживачем, де державні програми субсидування хліба створюють постійний попит на борошно та зернові, проте зараз спостерігається зростання інтересу до української олії, молочних сумішей та кондитерських виробів, які успішно конкурують з європейськими аналогами. Туреччина займає особливе місце в цій структурі, виступаючи одночасно великим споживачем та потужним торговим хабом. Український шрот, олійні культури та бобові є критично важливими для турецької тваринницької галузі та експортно орієнтованої харчової промисловості. Тісна співпраця з Туреччиною дозволяє українським компаніям інтегруватися в глобальні ланцюги переробки, де українська сировина перетворюється на готову продукцію для ринків третіх країн. Водночас Марокко демонструє потенціал для збуту молочної продукції та вершкового масла, оскільки країна активно розвиває власну культуру споживання якісних імпортованих продуктів харчування. Основним аргументом для зміцнення позицій у Північній Африці є логістична вигода. Коротке морське плече через Чорне та Середземне моря дозволяє зберігати низьку вартість фрахту порівняно з

конкурентами з Північної чи Південної Америки [57]. Для українських експортерів це ідеальний регіон для переходу на модель «борошно замість зерна», оскільки місцеві ринки мають розвинену культуру переробки та споживання борошняних виробів. Таким чином, цей макрорегіон забезпечує Україні необхідну «критичну масу» експорту, дозволяючи завантажувати потужності вітчизняних переробних підприємств та стабілізувати валютні надходження навіть у періоди турбулентності на європейських ринках.

Субсахарська Африка, представлена такими локомотивами, як Нігерія та Південно-Африканська Республіка (ПАР), є ринком майбутнього, де стрімке зростання населення та урбанізація формують величезний попит на доступне і тривале у зберіганні продовольство. Для українських експортерів цей регіон є ідеальним майданчиком для реалізації продукції тваринництва та переробки зерна. Нігерія, як найзаселеніша країна континенту, має постійну потребу в сухому молоці, сироватці та згущеному молоці, що використовуються як у харчовій промисловості, так і для прямого споживання. Високий попит на молочні інгредієнти пояснюється складністю розвитку локального фермерства в тропічному кліматі, що робить українську молочну продукцію критично важливим елементом продовольчої безпеки регіону. Південно-Африканська Республіка, своєю чергою, виступає як найбільш зрілий та платоспроможний ринок континенту, де споживачі дедалі більше орієнтуються на якісну бакалію, соняшникову олію та соуси. ПАР також є важливим логістичним «входом» для всього півдня Африки, де діє зона вільної торгівлі, що дозволяє українським товарам після успішного входу на ринок ПАР поширюватися на сусідні країни. Окремим перспективним напрямком є постачання борошна та макаронних виробів, оскільки зміна культури споживання в африканських містах веде до поступової заміни традиційних коренеплодів продуктами переробки пшениці та кукурудзи. Головним аргументом на користь цього регіону є можливість масового збуту продукції з тривалим терміном придатності, що нівелює ризики довгих логістичних маршрутів. В умовах Субсахарської Африки критичне значення має цінова конкурентоспроможність, проте українські виробники

завдяки вертикальній інтеграції здатні пропонувати якісні консерви, концентрати та борошно за цінами, нижчими за європейські [57]. Крім того, активізація дипломатичних зусиль України в Африці сприяє відкриттю нових ветеринарних сертифікатів, що робить цей ринок важливим елементом географічної диверсифікації, зменшуючи залежність від кон'юнктури європейського ринку.

Ринок Північної Америки, представлений США та Канадою, є для України зоною високої маржинальності та стратегічного престижу, де успіх вимірюється не обсягами сировини, а унікальністю та якістю готового продукту. На відміну від азійських ринків, тут домінують споживчі тренди на здорове харчування, екологічність та автентичність. Це робить регіон ідеальним для експорту української органічної продукції, кондитерських виробів преміум-сегменту, меду та нішевих товарів, як-от ягідні консерви чи функціональні напої. Останні дані за 2024–2025 роки підтверджують стійкий інтерес до українських брендів, які сприймаються як якісна альтернатива масовим продуктам завдяки натуральним інгредієнтам та традиційним рецептурам. Канада займає особливе місце завдяки оновленій Угоді про вільну торгівлю (CUFTA), яка з 2024 року фактично обнулила мита на переважну більшість українських товарів. Це створило унікальне вікно можливостей для виходу на ринок яєчних продуктів, м'яса птиці та перероблених овочів. Важливим чинником успіху в Канаді є наявність потужної української діаспори, яка виконує роль «першого споживача» та провідника українських смаків у глобальний ритейл. Проте, попри лояльність, канадський ринок вимагає бездоганної відповідності стандартам безпечності харчових продуктів (SFCR) та ліцензування імпортерів, що стимулює українські компанії до глибокої цифровізації контролю якості. Ринок США, своєю чергою, відкриває можливості через призму етнічних смаків та попиту на товари з низьким вмістом цукру. Українські виробники соків, бакалії та кондитерки все частіше фокусуються на американських маркетплейсах та нішевих мережах здорового харчування. Висока вартість логістики через океан нівелюється високою доданою вартістю готової продукції, що робить цей

напрямок економічно виправданим навіть за ускладнених морських перевезень [58]. Таким чином, Північна Америка виступає для української харчової галузі не лише джерелом валютної виручки, а й головним стимулом для інновацій в упаковці, брендингу та відповідності найсуворішим світовим вимогам FDA та CFIA.

Підсумкова порівняльна характеристика ключових регіонів демонструє, що кожен напрямок диверсифікації вимагає від українського експортера специфічної бізнес-моделі та фокусу на різних товарних групах (Таблиця 3.2).

Таблиця 3.2

SWOT-аналіз стратегії географічної та товарної диверсифікації

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
- Вертикальна інтеграція: Наявність власної дешевої сировини (зерно, олійні) для переробки. - Досвід сертифікації: Масове впровадження стандартів HACCP, ISO та Halal. - Репутація: Статус «гаранта продовольчої безпеки» у світі. - Адаптивність: Висока здатність бізнесу до швидкої зміни логістичних шляхів.	- Висока логістична собівартість: Через віддаленість ринків Америки та Азії в умовах обмеженого мореплавства. - Брак інвестицій: Потреба у значних коштах для модернізації ліній глибокої переробки. - Залежність від посередників: Слабкий розвиток власних торгових представництв за кордоном.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
- CUFTA та зони вільної торгівлі: Пільговий доступ до ринків Канади та в перспективі — Туреччини. - Тренд на "Green Deal": Експорт органіки до ЄС як преміального продукту. - E-commerce: Вихід на ринки США та Азії через глобальні маркетплейси. - Private Label: Швидке захоплення полиць європейських мереж без витрат на маркетинг.	- Політичні бар'єри: Можливі протести фермерів у країнах-сусідах (ЄС) та обмеження імпорту. - Військові ризики: Блокада глибоководних портів та руйнування енергетичної інфраструктури. - Жорстка конкуренція: Тиск з боку великих гравців (Бразилія, США) на ринках Африки та Азії. - Валютна нестабільність: Коливання курсу, що впливає на рентабельність виробництва.

Джерело: авторська розробка

Таким чином, Європейський Союз виступає як ринок стандартів та доданої вартості. Тут успіх залежить від інтеграції в ланцюги постачань через Private Label та орієнтації на екологічність. Це найстабільніший, але найбільш регульований ринок, де боротьба йде за якість упаковки, сертифікацію та

відповідність «зеленим» нормам. Близький Схід та Північна Африка є зоною «продовольчої безпеки та логістичної переваги». Якщо для Північної Африки Україна залишається гарантом базових продуктів переробки зерна (борошно, олія), то країни Затоки вимагають преміальної продукції тваринництва (м'ясо птиці) з обов'язковою сертифікацією Халаль. Це регіони з найшвидшим логістичним обігом через Чорне та Середземне моря. Азія та Субсахарська Африка представляють стратегію масштабу та тривалого зберігання. Азійський ринок (Китай, Індонезія) — це величезні обсяги промислової сировини та інгредієнтів для харчової індустрії, тоді як Африка на південь від Сахари є ідеальним майданчиком для збуту молочних концентратів, борошна та бакалії з тривалими термінами придатності, де ключовим фактором конкуренції є ціна. Північна Америка стоїть окремо як ринок маржинальності та нішевих інновацій. Тут Україна конкурує не обсягами, а унікальністю продукту (органіка, автентичні солодоші). Це найскладніший з точки зору відстані та вхідних бар'єрів регіон, але він забезпечує найвищий прибуток на одиницю товару та міжнародне визнання бренду. Таким чином, комплексна диверсифікація дозволяє українській харчовій галузі балансувати між великими обсягами збуту в Азії та Африці, стабільністю в ЄС та високою прибутковістю в Америці, мінімізуючи ризики від блокади окремих маршрутів чи зміни політичної кон'юнктури.

Для успішної реалізації стратегії Україні необхідно трансформувати сильні сторони (власну сировину) у подолання загроз (блокада портів) шляхом розвитку глибокої переробки. Продукція з високою доданою вартістю (борошно, олія в пляшках, кондитерські вироби) робить експорт мобільним (автотранспорт) і фінансово стійким до високих витрат на логістику.

3.2. Перспективи активізації експорту товарів харчової промисловості в умовах вимог ринку ЄС

Активізація експорту харчової продукції до ЄС у 2025–2026 роках вимагає від українських виробників переходу від простого дотримання квот до глибокої інтеграції в регуляторне поле Євросоюзу. Основними напрямками та вимогами на цей період є (Таблиця 3.3).

Таблиця 3.3

Перспективи та вимоги ринку ЄС (2025–2026)

Напрямок	Ключові зміни та вимоги	Перспективи для експорту
Безпечність пакування	З 19 листопада 2025 року діє Закон №2718-ІХ. Обов'язкова декларація відповідності (DoC) та впровадження належної виробничої практики (GMP).	Відкриття ринку ЄС для українських виробників пакувальних матеріалів та готової фасованої продукції.
Торговельний режим	Діє оновлений режим ПВЗВТ. Запроваджено механізм «екстреного гальмування» (тарифні квоти) на цукор, яйця, мед, овес та крупи до червня 2025 року.	Перехід від кількісного експорту сировини до нішевих товарів, які не підпадають під «захисні заходи» (наприклад, заморожені овочі).
Екологічні норми (Green Deal)	Регламент EUDR (деліснення) з 30 грудня 2025 р. вимагає підтвердження, що соя та яловичина не походять з вирубаних територій.	Україна має статус «низького ризику», що спрощує доступ для екосвідомих експортерів сої та продуктів її переробки.
Благополуччя тварин	З січня 2026 року вводяться обов'язкові євроінтеграційні вимоги до утримання, а з березня — до транспортування та забою тварин.	Можливість експорту м'ясної та молочної продукції до преміальних ритейл-мереж ЄС, що мають етичні стандарти.
Лібералізація ринку	Повна відміна квот на гриби та оброблені молочні продукти (ферментовані вироби) з жовтня 2025 року.	Масштабування експорту йогуртів, сирів та консервованих грибів без обмежень за обсягами.
Цифровізація та контроль	Впровадження електронних сертифікатів та відстежуваності «від лану до столу» за стандартами EFSA.	Зменшення бюрократії при проходженні кордону та підвищення довіри європейських імпортерів до українських брендів.

Джерело: складено за [21; 59; 60; 61]

Слід відзначити, що впровадження нових регуляторних вимог у сфері безпеки харчових продуктів є фундаментом для повноцінної інтеграції українських виробників у внутрішній ринок Європейського Союзу. Ключовим

етапом цієї трансформації стає набуття чинності Законом №2718-IX з 19 листопада 2025 року, який докорінно змінює підхід до матеріалів, що контактують з харчовими продуктами [62]. Відтепер безпечність продукту розглядається нерозривно з його пакуванням, оскільки виробники зобов'язані документально підтверджувати відсутність міграції шкідливих хімічних речовин із тари в їжу. Це вимагає від бізнесу впровадження належної виробничої практики (GMP) та формування складних декларацій відповідності, що раніше було виключною вимогою для внутрішніх європейських операторів, а тепер стає обов'язковим вхідним квитком для українського експорту.

Паралельно з цим процес наближення до стандартів ЄС масштабується завдяки завершенню скринінгу українського законодавства за Розділом 12, що стосується загальної безпечності харчових продуктів. Цей процес передбачає імплементацію понад 3500 актів права ЄС протягом найближчих років, що фактично означає перехід на тотальний контроль якості на кожному етапі виробництва. Особлива увага приділяється залишкам пестицидів у рослинництві та антибіотиків у тваринництві, оскільки європейські лабораторії використовують надчутливі методи аналізу, і будь-яка невідповідність може призвести до негайної блокади всієї партії товару на кордоні. Одночасно із цим посилюються норми добробуту тварин, що стає не лише етичною вимогою, а й важливою умовою для отримання доступу до преміальних роздрібних мереж Європи [63].

Важливим кроком у вирівнюванні правил гри є системна боротьба з харчовим шахрайством, що запроваджує чітку юридичну відповідальність за фальсифікацію продуктів та введення споживача в оману через недостовірне маркування. Впровадження європейських дефініцій «фальсифікованого продукту» змушує українських виробників максимально прозоро розкривати склад продукції та дотримуватися високих стандартів чесної торгівлі. Таке регуляторне очищення ринку дозволяє усунути недобросовісну конкуренцію та підвищує загальний рівень довіри європейських інституцій до системи державного контролю в Україні. У підсумку ці заходи створюють надійний

правовий каркас, який гарантує, що українська харчова продукція є не лише конкурентною за ціною, а й абсолютно безпечною та прозорою для європейського споживача.

Екологізація українського агропродовольчого сектору в межах Європейського «зеленого курсу» (EU Green Deal) перестає бути добровільною ініціативою і стає жорсткою вимогою для збереження доступу до ринку ЄС. Ключовим інструментом цього переходу є Регламент про деліснення (EUDR), який покликаний розірвати зв'язок між глобальною торгівлею та зникненням лісів [60; 62; 63]. Для України вкрай важливим досягненням стало отримання статусу країни з низьким рівнем ризику, що суттєво зменшує бюрократичне навантаження та частоту перевірок порівняно з конкурентами з Південної Америки чи Азії. Проте вже з 30 грудня 2025 року великі експортно орієнтовані компанії будуть зобов'язані впровадити системи цифрового моніторингу та надавати точні геолокаційні координати ділянок, де вирощувалася соя або випасалася худоба. Це має підтвердити, що виробництво не спричинило пошкодження лісових масивів після контрольної дати 2020 року, що фактично вимагає повної цифровізації земельного банку та простежуваності ланцюгів постачання до конкретного поля.

Паралельно із цим європейський ринок запроваджує нову культуру корпоративної відповідальності через Директиву про звітність щодо сталого розвитку (CSRD). Великі українські експортери вимушені поступово впроваджувати нефінансову звітність, яка детально розкриває вплив їхньої діяльності на довкілля, викиди вуглецю та використання ресурсів. Такий «зелений профіль» компанії стає критичним фактором не лише для потрапляння на полиці супермаркетів, а й для отримання фінансування в європейських банках, які дедалі частіше відмовляються від співпраці з екологічно ризикованими активами. Ритейлери в Німеччині чи Нідерландах сьогодні оцінюють постачальника не лише за ціною товару, а й за його здатністю мінімізувати екологічний слід, що стимулює український бізнес інвестувати в енергоефективність та відновлювані джерела енергії [64].

У підсумку, інтеграція в «зелену» економіку ЄС створює для України ситуацію подвійного виклику: з одного боку, необхідно відповідати суворим стандартам EUDR та CSRD, а з іншого — це відкриває шлях до преміальних сегментів ринку, де екологічна сертифікація дозволяє реалізовувати продукцію за значно вищою ціною. Виконання цих вимог стає потужним стимулом для модернізації виробництва, перетворюючи українські агрохолдинги на прозорі та технологічні компанії, здатні конкурувати на рівні з провідними європейськими гравцями у сфері сталого розвитку.

Статус країни з низьким рівнем ризику за регламентом EUDR надає Україні фундаментальну економічну перевагу, яка перетворює екологічні вимоги на інструмент агресивного розширення частки ринку. Головний фінансовий зиск полягає в радикальному спрощенні процедур «належної обачності» (due diligence), що дозволяє українським експортерам уникати витратних та тривалих перевірок, які стають обов'язковими для постачальників із країн «високого ризику», таких як Бразилія чи Індонезія. В умовах жорсткої конкуренції це означає швидший обіг капіталу та менші операційні витрати, оскільки європейські імпортери надаватимуть пріоритет саме українській продукції через її юридичну «чистоту» та мінімальні ризики затримок на митниці.

Для українського бізнесу цей статус відкриває шлях до статусу «надійного постачальника», що є критично важливим для великих європейських переробних конгломератів, які прагнуть максимально спростити власну звітність. Оскільки імпортери сої чи яловичини з країн низького ризику зобов'язані перевіряти лише 1% від загального обсягу поставок (на відміну від 9% для країн високого ризику), українська продукція автоматично стає дешевшою в обслуговуванні для європейського контрагента. Це дозволяє українським компаніям претендувати на вищу закупівельну ціну, оскільки покупець економить на послугах аудиторів та складних системах моніторингу супутникових даних, які б він мусив оплачувати при роботі з ризикованими регіонами.

Крім того, статус країни з низьким ризиком створює потужний інвестиційний сигнал для західного капіталу. Європейські банки та інвестиційні фонди набагато охочіше кредитують проєкти з розширення переробних потужностей в Україні, оскільки екологічні ризики цих активів заздалегідь визнані мінімальними на рівні Єврокомісії. У довгостроковій перспективі це стимулює розвиток глибокої переробки сої на ізоляти, шрот або олію безпосередньо в Україні, оскільки готова продукція з сертифікованим походженням має гарантований «зелений коридор» на ринки всіх 27 країн ЄС. Таким чином, екологічна репутація держави трансформується у прямий фінансовий прибуток для кожного окремого експортера, створюючи умови для витіснення конкурентів, які не можуть забезпечити такий рівень прозорості.

Для наочного порівняння прибутковості експорту за новим регламентом EUDR (щодо боротьби зі знелісненням) наведено таблицю, яка демонструє різницю у витратах на сертифікацію та комплаєнс для країн із різним рівнем ризику. Україна має статус країни з низьким рівнем ризику, що дає вітчизняним експортерам суттєву фінансову перевагу (Таблиця 3.4)

Таблиця 3.4

Порівняння витрат на комплаєнс EUDR за рівнями ризику

Параметр порівняння	Низький ризик (Україна)	Стандартний ризик	Високий ризик (Бразилія)
Процедура перевірки	Спрощена (тільки збір даних та геолокація)	Повна (з оцінкою ризиків)	Посилена (обов'язковий аудит та мінімізація ризиків)
Частота фізичних інспекцій	1% партій/операторів	3% партій/операторів	9% партій/операторів
Середні витрати (% від доходу)	0,05% – 0,1%	0,1% – 0,3%	0,3% – 4,3% (залежно від складності ланцюга)
Витрати на аудит та аналіз	Мінімальні (внутрішній моніторинг)	Середні (зовнішній консалтинг)	Високі (лабораторні тести, супутниковий аудит)
Вплив на прибутковість	Позитивний (економія на процедурах)	Нейтральний	Негативний (ризик блокування капіталу та штрафів)

Джерело: складено за [64]

Таким чином, для великих українських компаній витрати на комплаєнс становлять лише 0,06% – 0,1% від виручки. Це майже не впливає на кінцеву ціну

продукту, роблячи його привабливішим для європейських переробників. Оскільки імпортери в ЄС зобов'язані перевіряти в 9 разів менше продукції з України, ніж із країн високого ризику, українські товари проходять митницю швидше, що зменшує логістичні витрати. Країни високого ризику стикаються не лише з прямими витратами (до 4,3% від вартості імпорту), а й із загрозою штрафів у розмірі 4% від річного обороту за порушення регламенту.

Сучасна трансформація товарної структури українського експорту свідчить про поступовий вихід галузі з пастки сировинної моделі, що підтверджується зростанням частки продукції з доданою вартістю до 20% у 2025 році. Цей зсув є стратегічно важливим, оскільки готові продукти, як-от кондитерські вироби, фасований мед та молочна продукція, забезпечують не лише вищий прибуток, а й значну логістичну гнучкість. В умовах нестабільної роботи морських шляхів можливість транспортувати дорогу готову продукцію автомобільними партіями стає вирішальною перевагою, дозволяючи компаніям зберігати рентабельність навіть за високих витрат на перевезення [52; 61]. Водночас зростання експорту цукру та продуктів переробки зерна демонструє здатність українських підприємств швидко адаптувати потужності під потреби європейського споживача, який дедалі частіше обирає якісну українську альтернативу звичним брендам.

Проте цей процес супроводжується жорстким регуляторним контролем з боку Брюсселя, зокрема через механізм «екстреного гальмування», що діє до червня 2025 року. Цей інструмент створений для захисту європейських фермерів і передбачає автоматичне відновлення мит на чутливі категорії товарів, як-от яйця, цукор чи овес, якщо обсяги їх постачання перевищують середні показники попередніх років. Така ситуація змушує українських експортерів до розумного планування: замість нарощування валового обсягу поставок ідентичної сировини, бізнес фокусується на диверсифікації асортименту всередині товарних груп. Наприклад, замість експорту цукру-піску, який підпадає під обмеження, виробники переходять до виготовлення складних кондитерських сумішей або інноваційних десертів, що виходять за межі дії обмежувальних квот.

Додатковим викликом та водночас можливістю стає впровадження в ЄС цифрових паспортів продуктів та нових вимог до екодизайну. Це означає, що успіх на ринку незабаром залежатиме не лише від смаку чи ціни товару, а й від цифрової прозорості його життєвого циклу — від походження інгредієнтів до можливості переробки упаковки. Українським компаніям варто готуватися до того, що кожен продукт матиме цифровий слід, який підтверджує його відповідність стандартам сталого розвитку. Така цифрова інтеграція дозволить вітчизняним брендам закріпитися в преміальних мережах ЄС, де споживачі готові переплачувати за товари з підтвердженою екологічною та етичною історією, фактично перетворюючи регуляторні бар'єри на інструмент довгострокової конкурентоспроможності.

Впровадження цифрового маркування (Digital Product Passport — DPP) в межах вимог ЄС до екодизайну та прозорості ланцюгів постачання є складним процесом, що поєднує IT-рішення, логістику та сертифікацію [65]:

1. Аудит ланцюга постачання та збір даних (Data Mapping) - першим кроком є повна інвентаризація походження кожного інгредієнта. Вимоги ЄС вимагають цифрового підтвердження не лише кінцевого продукту, а й його складових. Необхідно задокументувати геолокацію полів (для відповідності EUDR), сертифікати постачальників сировини та енерговитрати на виробництво кожної одиниці товару.

2. Вибір технологічного носія даних - необхідно визначити, як споживач та митні органи зчитуватимуть інформацію. Найбільш перспективними є динамічні QR-коди або NFC-мітки, які дозволяють оновлювати інформацію про продукт у реальному часі без передруку упаковки. Це забезпечує прямий доступ до хмарного сховища з паспортом продукту.

3. Інтеграція з ERP-системою та Blockchain - для гарантування достовірності даних цифрові паспорти мають бути інтегровані з внутрішньою системою управління ресурсами (ERP). Використання технології Blockchain дозволяє створити незмінний запис про шлях товару («від лану до столу»), що є найвищим стандартом довіри для європейських контролюючих органів.

4. Впровадження екологічного маркування (Footprint Calculation) - цифровий паспорт повинен містити розрахунок вуглецевого сліду продукту та його впливу на довкілля. Для цього необхідно провести оцінку життєвого циклу продукту (LCA), включивши дані про можливість переробки упаковки. Це відповідає новим вимогам ЄС до екодизайну, які стануть обов'язковими для більшості харчових категорій до 2027 року.

5. Гармонізація з європейськими реєстрами - кінцевим етапом є підключення до централізованих європейських платформ обміну даними (Data Spaces). Це дозволяє автоматично передавати інформацію про декларації відповідності та результати лабораторних досліджень у митні системи ЄС, забезпечуючи проходження кордону без паперової тяганини.

Висновки до Розділу 3

Стратегічна диверсифікація українського харчового експорту базується на поєднанні стабільності на ринку ЄС із активним освоєнням високомаржинальних ніш у Північній Америці та масових ринків Азії та Африки. У той час як європейський напрямок вимагає максимальної екологізації та інтеграції в ланцюги готової продукції, ринки Близького Сходу та Африки забезпечують масштабний збут продуктів переробки тваринництва та бакалії, що критично важливо для продовольчої безпеки цих регіонів. Ефективний розподіл поставок дозволяє українському бізнесу нівелювати логістичні ризики та регуляторні обмеження окремих країн, трансформуючи галузь із постачальника сировини на глобального гравця з широким асортиментом технологічної продукції.

Сучасний етап розвитку українського харчового експорту до ЄС характеризується фундаментальним переходом від постачання сировини до моделі глибокої переробки з високою доданою вартістю. Така трансформація є стратегічно необхідною, оскільки готова продукція забезпечує не лише вищу рентабельність, а й логістичну мобільність, дозволяючи ефективно використовувати автотранспорт в умовах нестабільної роботи портів. Успішний

експорт у 2025–2026 роках визначатиметься вже не обсягами врожаю, а рівнем інвестицій у технології, екологічну простежуваність та цифрову звітність, що фактично інтегрує українські підприємства в єдину економічну систему Євросоюзу.

ВИСНОВКИ

Таким чином, після проведення у кваліфікаційній роботі досліджень, можна сформулювати наступні висновки.

Експорт харчової продукції є фундаментом економічної стійкості, оскільки забезпечує стабільні валютні надходження, створює робочі місця з високою кваліфікацією та трансформує країну з постачальника сировини на виробника готових брендів. На відміну від продажу зерна чи олійних культур, експорт готових продуктів харчування дозволяє акумулювати додану вартість усередині країни. Він характеризується меншою залежністю від волатильності світових біржових цін, більшою стабільністю прибутків та сприяє технологічному оновленню промислового сектору. Експорт у цій галузі суттєво відрізняється від інших товарних груп через жорстке нетарифне регулювання (санітарні та фітосанітарні норми), обмежені терміни придатності та потребу в спеціалізованій «холодовій» логістиці. Успіх на іноземних ринках вимагає глибокої адаптації продукту під культурні, релігійні та споживчі вподобання конкретних регіонів.

Аналіз наведених чинників дозволяє зробити висновок, що експорт харчової промисловості є складною багатофакторною системою, де успіх підприємства залежить від синергії зовнішніх умов та внутрішньої технологічної готовності. Пріоритетність політичних та регуляторних чинників є беззаперечною: навіть за наявності якісного продукту, відсутність торговельних угод або сертифікатів (HACCP, ISO) робить вихід на зовнішні ринки фізично неможливим. Політична воля держави до інтеграції в світові союзи створює «коридор можливостей», яким може скористатися бізнес. Спостерігається жорстка залежність від економічної ефективності виробництва. У харчовій галузі, де витрати на енергоносії та сировину складають основу собівартості, будь-які коливання валютного курсу чи цін на газ безпосередньо впливають на конкурентоспроможність. Це змушує експортерів постійно шукати баланс між ціною та якістю, щоб не втратити ринкову нішу. Технологічний та логістичний

компоненти стають головними інструментами конкурентної боротьби. У сучасному світі експортується не просто продукт, а його безпечність та швидкість доставки.

Сучасна світова практика нетарифного регулювання дедалі частіше використовує інструменти соціального та екологічного впливу. Держави активно застосовують експортні квоти для стабілізації внутрішніх цін на продовольство, що змушує глобальних гравців постійно шукати нові джерела сировини. Регулювання харчового експорту сьогодні еволюціонує від простого контролю якості товару до комплексного аудиту всього ланцюга створення вартості, включаючи його етичні, екологічні та цифрові аспекти.

Харчова промисловість України успішно трансформувалася з постачальника сировини у виробника готової продукції, де олійно-жирова галузь виступає стабільним глобальним лідером, а кондитерська — найтехнологічнішим експортером готових брендів. Найбільші перспективи демонструють галузі з глибоким рівнем переробки (кондитерська, молочна, м'ясопереробна), що дозволяє країні мінімізувати залежність від волатильності цін на зерно та нарощувати валютні надходження. Українська продукція поєднує в собі доступну ціну та високу якість, що підтверджується відповідністю стандартам ЄС та успішною експансією на вимогливі ринки Європи, Близького Сходу та Азії. Успіх більшості галузей (особливо м'ясної та олійної) базується на замкненому циклі виробництва — від власної кормової бази до власної переробки, що забезпечує низьку собівартість та повний контроль безпечності.

Протягом 2020–2024 років українська харчова промисловість демонструвала нерівномірну динаміку, що відображало здатність галузі адаптуватися до криз. Внутрішня реалізація стабільно зростала, досягнувши піку у 632,6 млрд грн у 2023 році, проте під тиском економічних факторів 2024 року скоротилася до 522,5 млрд грн. Аналогічна нестабільність спостерігалася і в експортному секторі: після рекордних 187,7 млрд грн у 2021 році відбувся різкий спад через початок повномасштабної війни, за яким слідувало тимчасове відновлення у 2023 році. Проте завершення досліджуваного періоду знову

відзначилося зниженням експортної виручки до 166,9 млрд грн, що було спричинено поєднанням несприятливої глобальної кон'юнктури та внутрішніх викликів.

У 2025 році загальний товарообіг агропродукцією знизився на 3%, склавши 31,83 млрд дол. США. Ключовим трендом року стало зростання експорту товарів з доданою вартістю: продукція переробної промисловості забезпечила вже п'яту частину всіх закордонних поставок. Попри це, загальна експортна виручка впала на 9% (до 22,71 млрд дол. США), тоді як імпорт продемонстрував зростання на 13%, досягнувши позначки 9,12 млрд дол. США.

Аналіз показників за останні три роки свідчить про глибоку структурну перебудову українського агросектору, де на тлі загального зниження валютної виручки відбувається якісне зростання переробної галузі. Починаючи з 2023 року, коли Україна ще значною мірою спиралася на масовий експорт зернової сировини, галузь поступово адаптувалася до логістичних обмежень та нових вимог світового ринку. Головним досягненням 2025 року стало збільшення частки товарів із доданою вартістю до 20%, що фактично означає, що кожен п'ятий долар виручки тепер приносить готова продукція, а не сировина. Це підтверджує перехід бізнесу до моделі «глибокої переробки», яка є значно стійкішою до коливань цін та проблем із портовою інфраструктурою.

Водночас 2025 рік продемонстрував і тривожні тенденції, зокрема помітне скорочення загальної експортної виручки на 9% порівняно з попереднім роком. Це падіння зумовлене поєднанням несприятливих світових цін на збіжжя та тривалого тиску на логістичні ланцюги. Паралельно з цим спостерігається стрімке зростання імпорту, який досяг свого пікового значення, що свідчить про зміну структури внутрішнього споживання та потребу у заповненні дефіциту певних категорій харчових товарів. Така ситуація створює від'ємний тиск на торговельний баланс, попри успіхи у просуванні готових виробів на зовнішні ринки. Важливою рисою цього періоду стала також зміна географічного вектора: якщо раніше ЄС був безальтернативним партнером, то у 2025 році частка поставок до Євросоюзу дещо знизилася на користь ринків Африки та Азії. Це

стало наслідком запровадження європейських захисних квот на «чутливі» товари та вимушеною стратегією диверсифікації, яку обрав вітчизняний бізнес. Таким чином, період 2023–2025 років зафіксував остаточне формування нового обличчя українського експорту: менш залежного від обсягів врожаю зерна, але більш орієнтованого на технологічність, якість переробки та гнучкість у виборі світових ринків збуту.

Результати комплексного PESTEL-аналізу переконливо доводять, що український харчовий експорт остаточно вийшов із зони інерційного розвитку та увійшов у фазу незворотної технологічної трансформації. Цей процес не є добровільним вибором бізнесу, а виступає вимушеною реакцією на безпрецедентну комбінацію зовнішніх чинників. Політичні ризики та воєнна блокада традиційних морських шляхів у Чорному морі створили ситуацію, за якої звична сировинна модель торгівлі великими обсягами збіжжя стала не лише логістично вразливою, а й економічно ризикованою через надвисоку вартість страхування та фрахту. Економічний та законодавчий тиск з боку Європейського Союзу, що проявляється у впровадженні жорстких екологічних стандартів «Зеленого курсу» та нових вимог до упаковки й безпечності продуктів, фактично робить експорт необробленої сировини малоефективним. Соціальні та технологічні зміни демонструють, що успіх у галузі тепер визначається не кількісними показниками врожаю, а технологічною зрілістю підприємств. Таким чином, майбутнє української харчової промисловості залежить від перетворення країни з аграрного донора на потужного виробника високотехнологічних харчових рішень, інтегрованих у глобальні ланцюги створення вартості.

Пріоритетні ринки для подальшої диверсифікації це Азія та Китай. Китай є лідером споживання української олії та гороху. Японія активно купує згущене молоко, овочеву та фруктову переробку. Зростає експорт до Єгипту, Туреччини та ОАЕ. Триває робота над відкриттям ринку Канади для українських зернових та олійних культур.

Товарна диверсифікація полягає у розвитку глибокої переробки. У 2025 році частка продукції харчової та переробної промисловості у структурі

галузевого експорту зросла до 20%. Перспективні товарні групи з доданою вартістю: продукти переробки олійних, борошно, крохмаль, цукор, макаронні та пекарські вироби, органічна продукція (зокрема для ринків Кореї та ПАР) і функціональні продукти. Перехід на продукцію переробки дозволить ефективніше використовувати автотранспорт, що критично в умовах блокади морських портів.

На основі проведеного аналізу перспектив, регуляторних змін та стратегічних напрямків розвитку українського харчового експорту до ЄС на 2025–2026 роки, можна сформулювати такі ключові висновки: український харчовий експорт остаточно переходить від сировинної моделі до глибокої переробки, це не лише підвищує прибутковість, а й вирішує проблему логістики: готову дорогу продукцію вигідніше везти автотранспортом в обхід заблокованих портів; доступ на ринок ЄС тепер визначається не лише якістю самого продукту, а й безпечністю його пакування та прозорістю виробництва; статус України як країни з «низьким рівнем ризику» за регламентом EUDR (деліснення) є головною конкурентною перевагою перед країнами Латинської Америки та Азії, проте збереження цього статусу вимагає від бізнесу тотальної цифровізації — від геолокації полів до звітності про сталий розвиток (CSRD); впровадження цифрових паспортів продуктів (DPP) та екодизайну стає вимогою часу; через механізми «екстреного гальмування» та квоти (до червня 2025 року) успіх бізнесу залежить від гнучкості асортименту. Виробники змушені диверсифікувати поставки, переходячи від «чутливих» товарів (цукор, яйця) до складних продуктів переробки, які не підпадають під обмеження, що стимулює інновації всередині галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кіндратів В. А. Особливості здійснення ефективної ЗЕД підприємства. Місцеве наукове думки. 2019. 2. URL: https://ukrlogos.in.ua/documents/logos_the_art_of_scientific_mind_2_february_2019_32.pdf
2. Лапін О. В., Горицька К. М. Шляхи удосконалення експортного потенціалу підприємства харчової промисловості. Ефективна економіка. 2016. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5261>
3. Nejatianpour A. and Esmaeili A. Analysis of the Factors Affecting the Export of Food Industry Products: Rural Development Approaches. Rural Development Strategies. 2016. 3(3). 335-353. URL: doi: 10.22048/rdsj.2017.32294.1432
4. Kazemi A., Rousta A., Ghasempour Ganji F., Heidari K. Entrepreneurship, Learning Orientation and Export Performance: The Moderating Effect of Network Capacity and Psychic Distance. Iranian Journal of Management Studies (IJMS). 2023. 16 (4). 1025-1041. URL: DOI: <http://doi.org/10.22059/ijms.2022.340854.675026>
5. Guide to exporting food products successfully. Autor Foods. URL: <https://autorfoods.com/en/guide-exporting-food-products-successfully/>
6. Food Export 101: How to Get Started and What Documents You Need. Foodist. URL: <https://www.foodistexpo.com/en/blog/food-export-101-how-to-get-started-and-what-documents-you-need>
7. Al-Ababneh H. A., Osmonova, A., Dumanska, I., Matkovskyi, P., Kalynovskyy, A. Analysis of export of agricultural products in the context of the global food crisis. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2021. 7(4). 5–26. URL: <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.04.01>
8. Determinants and Strategies for Exports of Agri-Food Firms. Korea Rural Economic Institute. 2018. <https://www.krei.re.kr/attach/pdf/R841e.pdf>
9. Covid-19 and Food Protectionism. The Impact of the Pandemic and Export Restrictions on World Food Markets. World Bank. 2020. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/417171589912076742/pdf/Covid-19->

[and-Food-Protectionism-The-Impact-of-the-Pandemic-and-Export-Restrictions-on-World-Food-Markets.pdf](#)

10. Balogh J.M., Jámor A. The environmental impacts of agricultural trade: A systematic literature review. *Sustainability*. 202. 12(3). URL: doi: 10.3390/su12031152.
11. Chaudhary I., Nawaz Shareef M., Suleman R., Bhatti A. Food price fluctuations and its influence on global food market. *Annals of social sciences and perspective*. 2021. 2(1):21-33. URL: DOI:10.52700/assap.v2i1.33
12. Yadav D., Dutta G., Kumar Sh. Food safety standards adoption and its impact on firms' export performance: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*. 2021. Volume 329. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.129708>.
13. AL-Khatib A.W. The determinants of export performance in the digital transformation era: Empirical evidence from manufacturing firms. *International Journal of Emerging Markets*. 2024. 19(10). 2597-2622. URL: doi: 10.1108/IJOEM-08-2022-1223.
14. Tariffs and the Domino Effect in the U.S. Food Industry. The Robin Report 2025. URL: <https://therobinreport.com/tariffs-and-the-domino-effect-in-the-u-s-food-industry/>
15. Apostolopoulos N., Goulas C., Flouros F., Papadopoulos G. and Apostolopoulos S. The impact of the energy crisis on the food market, the energy transition, and energy poverty after the outbreak of the Russia–Ukraine war: a systematic literature review. *Front. Sustain. Energy Policy*. 2026. URL: doi: 10.3389/fsuep.2026.1755555
16. Ritchie H., Rosado P., Roser M. Environmental Impacts of Food Production. Published online at OurWorldinData.org. 2022. URL: <https://ourworldindata.org/environmental-impacts-of-food>
17. Understanding the WTO Agreement on Sanitary and Phytosanitary Measures. World Trade Organization. 1 January 1995. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/sps_e/spsund_e.htm
18. The WTO Agreement on Technical Barriers to Trade. World Trade Organization. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/tbt_e/tbtagr_e.htm

19. Codex alimentarius commission procedural manual. Seventeenth edition. World health organization food and agriculture organization of the united nations. Rome, 2007. URL: <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/ed114696-126e-4e0e-a4c5-04d5a1f103d7/content>
20. World Organisation for Animal Health. <https://www.woah.org/en/who-we-are/>
21. Ukhanova I., Kovalov A., Babiychuk O., Hrinchenko R., Tarasova K. Ukraine's fulfillment of EU accession requirements: prospects for adaptation to the provisions of the Common agricultural policy (CAP). Collection of scientific papers Economic innovations. 2025. Issue 95. URL: <https://www.ei-journal.com/index.php/journal/article/view/1594/783>
22. FDA Strategy for the Safety of Imported Food. U.S. Food and Drug Administration. URL: <https://www.fda.gov/food/importing-food-products-united-states/fda-strategy-safety-imported-food>
23. GCC Guide For Control On Imported Foods 2015. The Cooperation Council For The Arab States Of The Gulf Secretariat General. URL: <https://gcc-sg.org/en/MediaCenter/DigitalLibrary/Documents/1429075065.pdf>
24. International Food Law and Regulations: Asia. Michigan State University Libraries. URL: <https://libguides.lib.msu.edu/c.php?g=212831&p=1411063>
25. FAQ: The EU Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM). URL: https://carbonmarketwatch.org/2024/07/30/faq-the-eu-carbon-border-adjustment-mechanism-cbam/?gad_source=1&gad_campaignid=22946371102&gbraid=0AAAAAq1FW3eSgtOS74EE89TFiMZxoc2wJ&gclid=Cj0KCQjwrZTRBhDSARIsAHidYfejPylsOHVbW3vVTojtkXjb3a5fJeOxEW5j4G9dsPPsrtr4YuxNQrsaAuYiEALw_wcB
26. Андреев В.А. Аналіз олійно-жирової галузі харчової промисловості України. Економіка та суспільство. 2024. Випуск # 62. URL: DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-123>
27. Сорокіна, А. М. Сучасний стан та динаміка розвитку підприємств кондитерської промисловості України. Зб. наук. пр. НУК. Миколаїв : НУК. 2022. № 1 (488). С. 96–100.

28. Ляховська О. В.. Зовнішня торгівля України м'ясом і м'ясними продуктами: тенденції та географічні аспекти. соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2020. Випуск 3 (143). URL: DOI: <https://doi.org/10.36818/2071-4653-2020-3-7>.
29. Борса В., Гричина М. Аналіз ринку експорту цукру України: сучасний стан, перспективи управління та розвитку. Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій. 2025. 1(15). 219-227. URL: <https://doi.org/10.32750/2025-0119>
30. Ukhanova I.O., Zolotarevska I.V. Analysis of the state and dynamics of Ukraine's foreign trade in fruit and vegetable products under the conditions of a full-scale invasion with the provisions of the FTA+ with the EU. Economic innovations. Vol. 25 No 4(89). 2023. 121-133. URL: [https://doi.org/10.31520/ei.2023.25.4\(89\).121-133](https://doi.org/10.31520/ei.2023.25.4(89).121-133)
31. Індекс промислового виробництва. Мінфін. 2024. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/industrial/2024/>
32. Лупенко Ю. Стійкість харчової промисловості України в умовах війни підтверджує необхідність прискорення її розвитку. Національна академія аграрних наук України. 2025. Вип. 12. URL: http://naas.gov.ua/newsukraine/?ELEMENT_ID=8469
33. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
34. Харчова промисловість України: аспекти воєнного часу/ В. М. Івченко, О.С. Зірнзак, А.Л. Солошонок, О. М. Полонська. Київ : НДІ «Укragропромпродуктивність», 2024. 55 с. <https://uapp.in.ua/wp-content/uploads/2025/04/maket-vidannja-t.-5.1.-8-sichnja25-druk.pdf>
35. Державна служба статистики України: Індеси промислової продукції за видами діяльності та основними промисловими групами. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/pr/ipp/ipp_u/arh_ipp_u.htm
36. Байдацький М. В. Транспортна інфраструктура як логістичне забезпечення експорту сільськогосподарської продукції України. Електронний журнал

«Ефективна економіка». 2024. URL: DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.12.78>

37. Сопощко О.Ю., Петунін А.В. Особливості управління ланцюгами постачань продуктів харчування в умовах воєнного стану в Україні. Економіка: реалії часу. 2022. № 4 (62). С. 5-14. URL: <https://economics.op.edu.ua/files/archive/2022/No4/5.pdf>

38. Мороз С., Левченко С. Логістична галузь України: економічне значення галузі, втрати та перспективи розвитку в умовах війни. Development Service Industry Management. 2023. № 3. С. 75–82. URL: <https://dsim.khmn.edu.ua/index.php/dsim/article/view/40>

39. Обсяг реалізації промислової продукції в Україні в 2024. Мінфін. 2024. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/trade/pro>

40. 2025 року Україна збільшила експорт продукції харчової і переробної промисловості у галузевому експорті до 20 %. Інститут аграрної економіки. URL: <http://www.iae.org.ua/presscentre/presrelease>

41. Від сировини до доданої вартості: експерт НААН розповів, які товари принесли Україні сотні мільйонів доларів. Національна академія аграрних наук України. Науково-методичний і координаційний центр з наукових проблем розвитку АПК України. URL: http://naas.gov.ua/newsukraine/?ELEMENT_ID=8812

42. Державна митна служба України. URL: <https://customs.gov.ua/>

43. Експорт дешевих видів круп зріс майже вчетверо. URL: <https://agroportal.ua/news/ukraina/eksport-deshevih-vidiv-krup-zris-mayzhevchetvero>

44. Експорт української соняшникової олії наблизився до рекорду. URL: <https://agroportal.ua/news/ukraina/eksport-ukrajinskoji-sonyashnikovoji-olijinablizivsya-do-rekordu>

45. Топ-15 харчових компаній України за виторгом у першому півріччі 2025 року. URL: <https://agroweek.com/agrobiznes/top-harchovyh-kompanij-ukrayiny-vytorgom/>

46. Дунайські порти: як врятувати важливий логістичний маршрут. GMK Center. URL: <https://gmk.center/ua/posts/dunajski-porty-iak-vriatuvaty-vazhlyvyj-lohistychnyj-marshrut/>
47. Петлін І. В. НАССР як основа системи менеджменту безпеки харчових продуктів. 2025. №44. Herald of Lviv University of Trade and Economics Technical sciences. URL: DOI:10.32782/2522-1221-2025-44-09
48. Butter: price alert in Europe. Dedere Deutschland GmbH. 2024. URL: <https://www.mundus-agri.eu/news/butter-price-alert-europe.n33397.html>
49. Від «повзучої» девальвації до обвалу на 25%: два сценарії для курсу гривні у 2026 році та консенсус-прогноз від Mind. Як Україна може пройти 2026 рік без валютного шоку та емісії. Mind.ua. 12 січня 2026. URL: <https://mind.ua/publications/20299552-vid-povzuchoyi-devalvaciyi-do-obvalu-na-25-dva-scenariyi-dlya-kursu-grivni-u-2026-roci-ta-konsensus>
50. Через підвищення акцизів у 2026 році пальне в Україні подорожчає. 8 грудня 2025. МінфінМедіа. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2025/12/08/163874094/>
51. В Україні через світову паливну кризу собівартість агропродукції може зрости на 20%. Укрінформ. 16.04.2026. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/4113435-v-ukraini-cerez-svitovu-palivnu-krizu-sobivartist-agroprodukcii-moze-zrosti-na-20-ekspert.html>
52. Україна помітно збільшила експорт агропродукції з доданою вартістю. Інформаційне агентство «AgroNews.ua». 18.02.2006. URL: <https://agronews.ua/news/ukrayina-pomitno-zbilshyla-eksport-agroprodukcziyi-z-dodanoyu-vartistyu/>
53. Private Label Growth in Europe. Opportunities for International Suppliers. NeoMarketWays. 2026. URL: <https://neomarketways.com/private-label-growth-in-europe-opportunities-for-international-suppliers/>
54. Organic Export making Europeans fall in love with Ukrainian honey. EU4Business in Ukraine. 03.06.2024. URL: <https://eu4business.org.ua/en/success-stories/organic-export-making-europeans-fall-in-love-with-ukrainian-honey/>

55. Україна на Gulfood 2026: результати участі та експортні перспективи на ринках Близького Сходу. 03.02.2026. Офіс з розвитку підприємництва та експорту. URL: <https://business.diia.gov.ua/history-of-success/ukraina-na-gulfood-2026-rezultaty-uchasti-ta-eksportni-perspektyvy-na-rynках-blyzko-ho-sk-hodu>
56. Пугачов М., Духницький Б. Перспективи експорту агропродовольчої продукції з України до країн Азії. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences. 2023. 324(6). 209-214. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-324-6-34>
57. Потенціал експорту української агропродукції в Африку – у десятки разів більший за теперішній. УкрАгроКонсалт. 18 Березня 2026. URL: <https://ukragroconsult.com/news/potenczial-eksportu-ukrayinsykoji-agroprodukcziyi-v-afryku-u-desyatky-raziv-bilyshyj-za-teperishnij/>
58. Україна розширює географію агроекспорту: ринки Азії, США та продукція з високою доданою вартістю. ДіяБізнес. 11.05.2026. URL: <https://business.diia.gov.ua/news/ukraina-rozshyriuie-heohrafiu-ahroeksportu-rynky-azii-ssha-ta-produktsiia-z-vysokoju-dodanoju-vartistiu>
59. Секторальна експортна стратегія 2019–2023. Харчова і переробна промисловість України. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: <https://me.gov.ua/download/40a91455-ab2b-479d-b52d-11ba5fef6784/file.pdf>
60. Ринок аграрної продукції ЄС та правила експорту. Платформа знань з євроінтеграції аграрного сектору України. URL: <https://agro2eu.gov.ua/rynky-ahramnoi-produktsii-eu-ta-ukrainy/rynok-ahramnoi-produktsii-es-ta-pravyla-eksportu>
61. Демченко О.В. Механізм збільшення обсягів експорту українських харчових напівфабрикатів та готової до споживання їжі в ЄС. Економічний простір. 2024. № 192. URL: DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.192.43-49>
62. Закон України №2718-IX «Про матеріали і предмети, призначені для контакту з харчовими продуктами». Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2023. № 28, ст.102. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2718-20#Text>
63. Харчове законодавство України змінюється під вимоги ЄС: що чекає виробників. Інформаційне агентство «AgroNews.ua». 10 квітня 2026. URL:

<https://agronews.ua/news/stalo-vidomo-yak-ukrayina-adaptuye-harchove-zakonodavstvo-do-vymog-yes-shho-zminytsya-dlya-vyrobnykiv/>

64. Практичне застосування Директиви ЄС щодо корпоративної звітності про сталий розвиток (CSRD). Офіс зеленого переходу. URL:

<https://gto.dixigroup.org/assets/images/files/1-gto-csrd-4-1.pdf>

65. Christensen A., Stingl V., Omair M., Vejrum Wæhrens B. Digital Product Passport in support of Data-Driven End-of-Use Strategies—a systems design perspective. Cleaner Environmental Systems. 2025. Volume 19. URL: <https://doi.org/10.1016/j.cesys.2025.100354>