

**Соколюк К. Ю.**

*к.е.н., доцент, докторант, старший науковий співробітник відділу ринкових механізмів та структур*

*ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»  
м. Одеса, Україна*

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗБУДОВИ РИНКУ СОКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ**

Ринок соків сприяє постійному оновленню асортименту своєї продукції, що пов'язано із намаганнями виробників утримувати, а то й наростити свої позиції на ринку. Сьогодні на українському ринку соків спостерігається досить висока конкуренція. Виробництвом соків займаються майже 400 підприємств, 20 з яких добре відомі українським споживачам. На ринку представлені соки, соки з м'якоттю, нектари, морси, коктейлі, сокові напої та напої з додаванням соку. Всі ці позиції відрізняються вмістом соку і особливостями приготування. Вміст соку становить не менше 25% для нектарів (не менше 50% для апельсинових, яблучних, грейпфрутових, виноградних, мандариновий і томатних), не менше 15% для коктейлів (рідкого продукту, отриманого з суміші соків або пюре, або концентрованих соків з додаванням або без додавання підготовленої питної води, молочних добавок, шматочків фруктів або овочів), не менше 15% для морсів (рідких продуктів, отриманих зі свіжих або заморожених ягід, фруктового соку або з концентрованого натурального фруктового соку або пюре, змішаних з підготовленою питною водою і цукром), не менше 10% для сокових напоїв.

Ринок сокової продукції України протягом 2014–2023 років зазнав значних змін, пов'язаних як з внутрішніми, так і з зовнішніми факторами. Цей період охоплює політичні та економічні кризи, війну з Росією, зміни споживчих вподобань, а також технологічні інновації. Нижче наведено основні тенденції цього періоду, що впливають на визначення стратегічних напрямів розбудови ринку сокової продукції у повоєнний період (табл. 1).

**Тенденції ринку сокової продукції України 2014-2023 рр.\***

Рік	Тенденція	Опис
2014-2016	Скорочення внутрішнього ринку	Політична та економічна криза, зниження доходів населення, скорочення виробництва
2016-2019	Відновлення ринку	Повернення інтересу до локальних виробників, зростання попиту на натуральні соки
2017-2021	Зростання експорту	Вихід на ринок ЄС, ріст експорту яблучних та ягідних соків
2018-2023	Інновації та зміни споживчих трендів	Впровадження нових технологій, зростання попиту на органічні та натуральні соки
2020-2021	Вплив пандемії COVID-19	Зміни в поведінці споживачів, онлайн-продажі, проблеми з експортом через обмеження
2022-2023	Вплив війни та адаптація до нових умов	Падіння попиту всередині країни, зростання експорту, руйнування інфраструктури

\*Джерело: систематизовано автором

Після різкого скорочення у 2014–2015 роках ринок почав відновлюватися, але зі зміною акценту на здоровіше варіанти продуктів, такі як натуральні та органічні соки. Експорт сокової продукції став однією з ключових можливостей для українських виробників, особливо після інтеграції з європейським ринком. Виробники активно впроваджують нові технології, зокрема холодний віджим, і розширюють асортимент, включаючи органічні продукти та смузі. Війна в Україні значно вплинула на ринок сокової продукції, але виробники продовжують адаптуватися до нових умов, використовуючи можливості для експорту. Дані свідчать про стійке зростання експорту, особливо після 2017 року, завдяки виходу на ринок ЄС і відкриттю нових експортних можливостей. Основні ринки для експорту — США, Польща, Німеччина та Австрія (табл.2).

**Основні тенденції ринку сокової продукції України 2014-2023 рр.\***

Роки	Показник				
	Споживання, млн л	Експорт, млн л	Імпорт, млн л	Частка натуральних соків, %	Ціна на соки (середня) грн/л
2014	650	70	50,0	30	12
2015	580	65	45,0	32	14
2016	590	80	47,0	35	15
2017	600	100	48,0	37	16
2018	620	110	52,0	40	17
2019	635	120	75,0	42	18
2020	610	110	82,0	45	19
2021	625	130	90,0	50	21
2022	500	140	95,0	52	25
2023	510	145	100,0	55	27

\*Джерело: сформовано автором за [1-6]

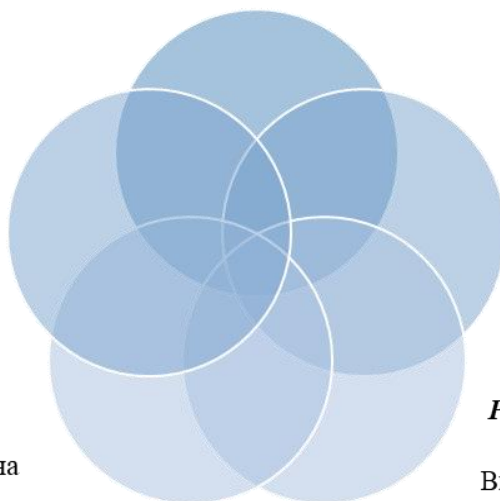
У 2022-2023 р.р., попри війну, українські соки залишалися конкурентоспроможними на міжнародному ринку. Основні фактори, що впливали на ринок соків та сокової продукції узагальнено на рис. 1.

### **Економічна нестабільність.**

Вплив кризи та війни, зниження  
купівельної спроможності  
населення.

### **Логістичні виклики через війну.**

Руйнування  
інфраструктури та  
проблеми з  
транспортуванням  
продукції, зміщення  
акценту на експорт.



### **Інновації у виробництві.**

Впровадження  
технологій холодного  
віджиму, розвиток  
органічного  
виробництва.

### **Зміни споживчих уподобань.**

Підвищення попиту на  
натуральні соки без  
цукру та консервантів,  
підтримка локальних  
виробників.

### **Розвиток експортних ринків.**

Вихід на ринок ЄС після  
підписання Угоди про  
асоціацію, зростання  
експорту сокової продукції.

## **Рисунок 1. Ідентифікація факторів впливу на ринок сокової продукції\***

\*Джерело: систематизовано авторами

У найближчі роки, попри складні умови, ринок соків в Україні матиме перспективи для подальшого розвитку за рахунок інновацій, розширення експортних ринків та зростаючого попиту на здорові продукти.

З метою комплексної оцінки зовнішніх факторів впливу та сильних й слабких сторін ринку сокової продукції доцільно здійснювати SWOT-аналіз ринку, результати проведення якого подано у табл. 3.

Таблиця 3

### **SWOT-аналіз українського ринку сокової продукції**

Сильні сторони (Strengths)	Можливості (Opportunities)
<p>1) Родючі ґрунти та сприятливий клімат. Україна має природні умови для вирощування великої кількості фруктів і ягід, що забезпечує якісну сировинну базу.</p> <p>2) Великий внутрішній ринок. Україна — одна з найбільших країн Європи за чисельністю населення, що створює значний внутрішній попит на сокову продукцію.</p> <p>3) Зростаючий попит на здорове харчування. Споживачі все більше звертають увагу на здорове харчування та натуральні продукти, особливо натуральні та органічні соки без додавання цукру.</p> <p>4) Досвідчені виробники: В Україні діють як великі міжнародні бренди, так і локальні виробники, які мають досвід та знання ринку.</p>	<p>1) Експортні ринки. Україна має великий потенціал для експорту соків на ринки ЄС, де зростає попит на натуральні продукти.</p> <p>2) Тренд на органічні та натуральні продукти. Зростання попиту на органічні соки та продукцію без додавання цукру.</p> <p>3) Розширення асортименту. Виробники можуть залучити нових споживачів через розширення лінійки продукції, наприклад, впровадження нових смакових варіантів.</p> <p>4) Розвиток переробки сільськогосподарської продукції. Інвестиції в переробку фруктів і ягід можуть сприяти зростанню сокової промисловості та зменшити залежність від імпортованих компонентів.</p>

Слабкі сторони (Weaknesses)	Загрози (Threats)
<p>1) Залежність від імпорتنих технологій. Частина обладнання для виробництва та пакування соків є імпортним, що підвищує виробничі витрати.</p> <p>2) Нерозвиненість каналів збуту в регіонах. У багатьох регіонах України канали дистрибуції, зокрема для натуральних соків, залишаються недостатньо розвиненими.</p> <p>3) Коливання якості сировини: Якість фруктів та ягід може коливатися через несприятливі погодні умови або проблеми з агротехнологіями, що впливає на стабільність виробництва.</p> <p>4) Конкуренція з іноземними виробниками: На ринку представлені іноземні бренди, які мають більш розвинені маркетингові стратегії та сильні фінансові ресурси.</p>	<p>1) Коливання цін на сировину. Залежність від сезонних факторів і погодних умов може впливати на врожайність фруктів та ягід, що призводить до коливань у ціні на сировину.</p> <p>2) Економічна нестабільність. Економічна ситуація в країні та зниження купівельної спроможності населення можуть вплинути на попит на соки.</p> <p>3) Високий рівень конкуренції. Ринок соків є висококонкурентним. Іноземні бренди мають доступ до дешевих ресурсів та можуть пропонувати продукцію за конкурентними цінами.</p> <p>4) Регуляторні зміни. Зміни у законодавстві або посилення стандартів щодо виробництва та маркування продуктів харчування можуть збільшити витрати виробників на дотримання нових вимог.</p>

\*Джерело: систематизовано авторами

Отже, за результатами проведеного аналізу, ринок сокової продукції України має значний потенціал для розвитку, зокрема завдяки зростаючому попиту на натуральні продукти та можливостям експорту. Однак існують певні виклики, такі як економічна нестабільність та конкуренція з іноземними виробниками. Для збереження конкурентоспроможності та стійкого зростання важливо активно розвивати нові ринки, інвестувати в якість продукції та вдосконалювати логістичні процеси.

#### Список використаних джерел:

1. Pro-Consulting. Огляд ринку соків в Україні, 2021–2023 рр. URL: <https://pro-consulting.ua>.
2. Agravery. Ситуація на ринку соків України: аналіз і прогнози URL: <https://www.agravery.com>.
3. Koloro. Аналіз ринку соків в Україні: тенденції та основні виробники URL: <https://www.koloro.ua>.
4. 0222 Marketing Agency. Аналітика ринку соків України URL: <https://0222.agency>.
5. AgroStats. Статистичний огляд ринку сільського господарства України URL: <https://agrostats.uhmi.org.ua>.
6. Редактор Pro-Consulting.ua. Ринок соків, смузі та фруктового пюре в Україні: поточна ситуація. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-sokov-smuzi-i-fruktovoogo-pyure-v-ukraine-tekushaya-situaciya>.



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**



**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА МІЖНАРОДНОЇ  
ТОРГІВЛІ**

# **МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА В АГРОБІЗНЕСІ**

## **ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ**

### **V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**присвяченої 127-річчю заснування  
Національного університету біоресурсів і природокористування України**

**10-11 квітня 2025 року**

**м. Київ**

УДК 658.5/.8:631.1

ББК 65.4

М 25

*Збірник тез доповідей укладено за матеріалами V Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в агробізнесі», присвяченої 127-річчю заснування Національного університету біоресурсів і природокористування України, яка відбулась на кафедрі маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту 10-11 квітня 2025 року, м. Київ, Україна.*

**Редакційна колегія:**

**Бондаренко В. М.**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі НУБіП України;

**Ромат Є. В.**, д. держ. упр., професор, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Голова Спілки рекламистів України;

**Соколюк К. Ю.**, кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник Державної установи «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»;

**Рябчик А.В.** кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі НУБіП України.

**Маркетинг та логістика в агробізнесі:** збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції. За ред. Бондаренка В.М. та Рябчик А.В. Київ: Вид-во НУБіП України. 2025. 173 с.

За зміст наукових праць, достовірність наведених фактів і статистичних матеріалів, прізвищ та цитат, оформлення відповідальність несуть автори

ISBN 978-617-8368-22-7

Національний університет біоресурсів і природокористування України, 2025  
© Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі, 2025