

УКРАЇНСЬКИЙ ІМПОРТ



Як змінилася логістика, торгівля
та фінансова архітектура
імпорту в умовах повномасштабної
війни

Методологія

Повномасштабне вторгнення у 2022 році змінило призначення імпорту: він став інструментом заміщення втраченого внутрішнього виробництва та зруйнованої логістики. У період 2022–2025 років характер попиту продиктований необхідністю підтримувати енергосистему та критичну інфраструктуру.

Щоб простежити динаміку та структурні зміни ринку, AIN підготував дослідження на основі митної статистики, відкритих даних та експертних оцінок.

Дослідження використовує багатоваріантну систему джерел для верифікації інформації: дані Державної митної служби, Держстату, Міністерства економіки, довідки та сільськогосподарства; звіти Світового банку, ООН та Food and Agriculture Organization; коментарі аналітиків Dragon Capital, Центру економічної стратегії, Центру розвитку інновацій; дані опитувань бізнесу (індекс UBI) та аналітику логістичної компанії UTEC Logistics, а також продукту фінансування для імпортерів Done.

Основою дослідження стали 48 звітів Державної митної служби та Держстату України. Ми агрегували дані за п'ять років (2021-2025) і три місяці 2026, щоб відстежити динаміку станом на зараз і для прогнозування подальшого розвитку подій. Для ширшої картини залучили оцінки профільних аналітичних центрів.

У деяких рейтингах (топ країн і категорій товарів) ми свідомо фокусуємося на окремих категоріях товарів: електроніка, промислове обладнання й рішення для енергозалежності (сонячні панелі і системи живлення). Ми обрали ці ніші, оскільки вони стали критично важливими під час війни — саме ці групи товарів сьогодні визначають темпи відновлення інфраструктури.

До кількісних показників редакція додала аналіз логістичних маршрутів. Використовуючи дані операторів, зокрема UTEC Logistics, і звіти про роботу прикордонних переходів, ми врахували, як зміна ланцюгів постачання вплинула на кінцеву вартість та обсяги ввезених товарів.

Спираючись на динаміку чотирьох років повномасштабного вторгнення, ми спрогнозували показники на кінець 2026-го та на 2027 рік.

У дослідженні редакція використовує кілька методів аналізу:

01	Класифікація за призначенням (BEC / dominant use). Класифікація базується на методології Broad Economic Categories (BEC), розробленій Статистичним відділом ООН. Вона групує товари за їхнім економічним призначенням (кінцеве, проміжне або інвестиційне використання), а не за матеріальною природою. До проміжних (intermediate goods) належать товари, що використовуються для подальшого виробництва: комплектуючі, тканини, метали тощо. До інвестиційних (capital goods) — товари, що використовуються для створення інших товарів або послуг, наприклад, обладнання, будівельна техніка, турбіни тощо. Третя категорія, споживчі товари (consumer goods), охоплює продукцію, що задовольняє повсякденні або довгострокові потреби населення та призначена для безпосереднього кінцевого використання домогосподарствами. До цієї категорії належать одяг, побутова техніка, меблі, продукти харчування.
	02 Товарна класифікація (УКТ ЗЕД). Аналіз за розділами та групами Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності для деталізації структури (наприклад, група 27 — паливо, група 84 — обладнання).

Зміст

01	02	03	04	05
Від кризового імпорту до системного відновлення: обсяг імпорту	Структура імпорту України за типами товарів (2022–2025): Intermediate, Capital і Consumer goods	Товарна структура імпорту: динаміка імпорту та рейтинг країн і категорій товарів за роками	Енергетичне обладнання, сантехніка, виробниче устаткування й споживчі товари. Які імпортні товари фінансує Done	Середня тривалість доставки від UTEC Logistics
06	07	08	09	10
Як війна та руйнування змінили імпорт	Ключові категорії імпорту: електроніка, засоби енергонезалежності, будівництво, обладнання, техніка й транспорт	Які імпортні продукти купує споживач	Ритейл під час війни: електроніка, дрогері, аптеки, паливо, мода і продуктовий ритейл	E-commerce: український та міжнародний ринки

Зміст

11	12	13	14	15
Ритейлери, що зросли на фоні повномасштабної війни: три кейси	Імпорт комплектуючих і локальна збірка	Локалізація виробництв	Як програма «Зроблено в Україні» вплинула на імпортозаміщення. Дані Мінекономіки	Географічна реконфігурація ритейлу
16	17	18	19	20
Чи можуть інші країни Азії замінити Китай на ринку імпорту	Логістика та ринок праці	Чому МСБ йде до логістичних операторів, власна ЗЕД-служба (власний відділ) vs 3PL-оператор (компанія-підрядник)	Зберігання на складах	Імпорт і валютний баланс

Зміст

21



Підготовка до фінансування:
психологія та бар'єри входу

22



Як перевірка країни
походження допомагає уникати
санкційних ризиків

23



Як підготувати свій бізнес
до залучення торгового
фінансування. Чекліст для
малого та середнього
бізнесів

24



Технологічний стек імпортера
та ESG-фактор
(екологічність, соціальна
відповідальність і
корпоративне управління)

25



What-If: три сценарії
розвитку імпорту на 2026–
2027 роки

26



Як бізнесу працювати з
імпортом у стрес-сценарії.
Рекомендації та прогнози

Від кризового імпорту до системного відновлення

\$73,3
млрд

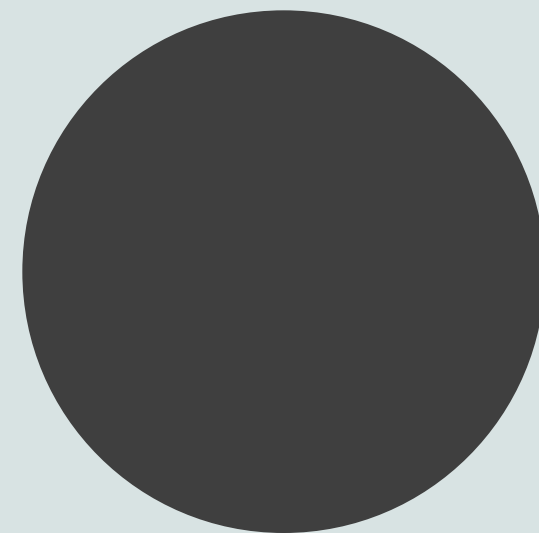
склав імпорт у 2021 році

У 2022 році імпорт в Україні, який раніше був передусім економічною категорією, перетворився на інструмент виживання.

Після повномасштабного вторгнення країна одночасно втратила частину виробництв, низку ланцюгів постачання та зіштовхнулася з енергетичною кризою.

У цих умовах імпорт почав закривати потреби, які більше неможливо було задовольнити всередині країни. Це змінило сам характер попиту. Тепер бізнес і держава закуповують не те, що вигідніше, а те, що необхідно. Імпорт стає критичним елементом функціонування економіки.

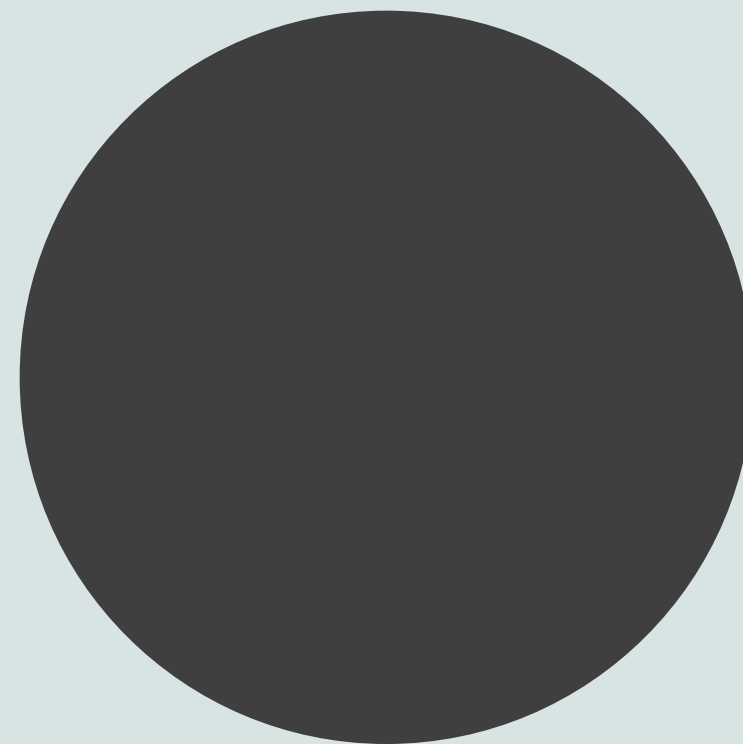
Обсяг імпорту України



59,5

\$ млрд імпорт в 2022

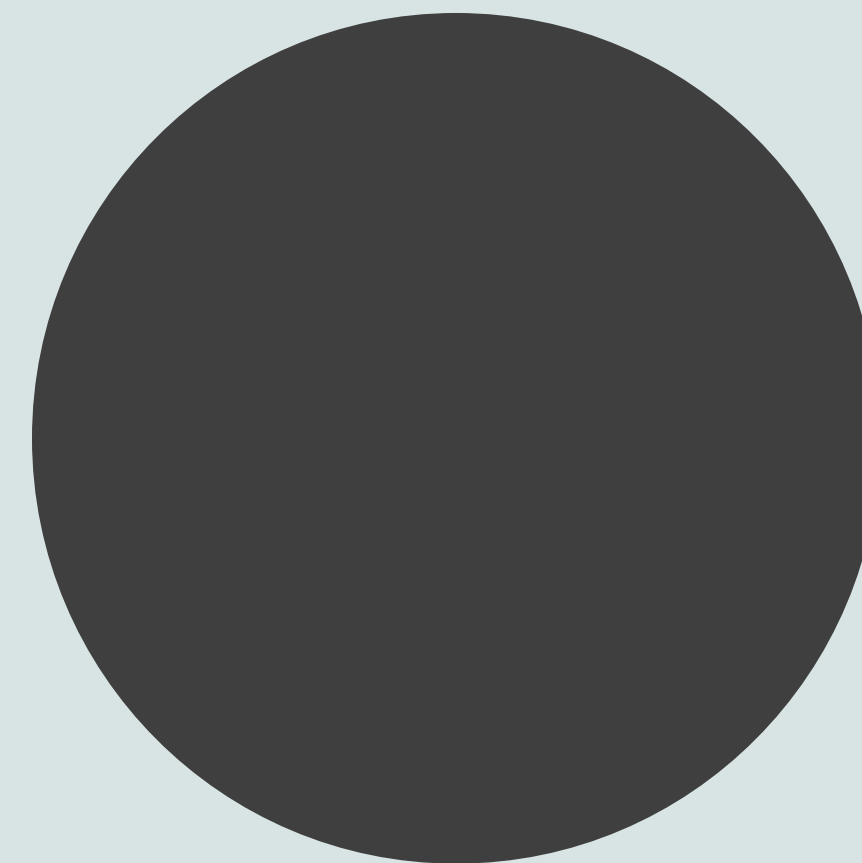
-18,8%* Річна динаміка



63,5

\$ млрд імпорт в 2023

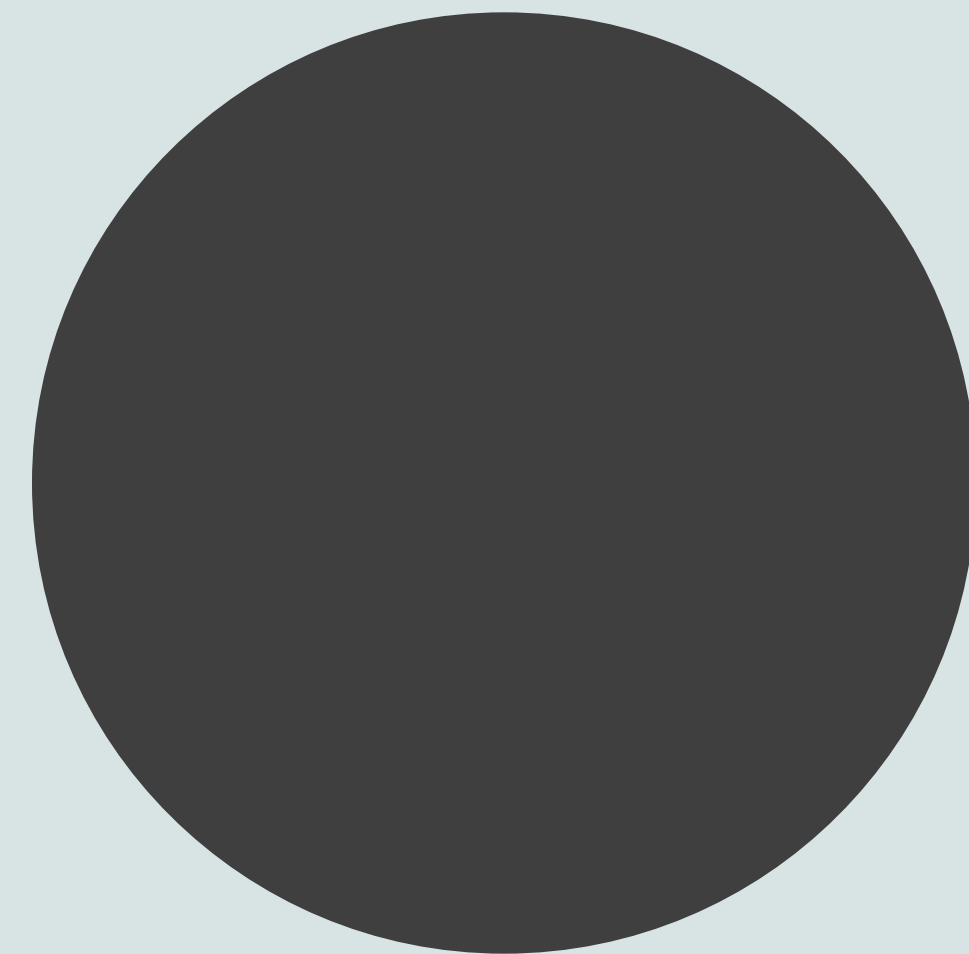
+7% Річна динаміка



70,7

\$ млрд імпорт в 2024

+11% Річна динаміка



84,8

\$ млрд імпорт в 2025

+20% Річна динаміка

Помісячна динаміка імпорту України (2022–2025)
(млн \$, фактичні дані)

Рік / Місяць	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад	Грудень	Разом
2022	6194,6	6190,1	1765,6	2606,2	3731,2	4732,6	4641,3	4532,1	4651,8	4875,0	5282,2	6070,8	55 273,5
2023	5044,0	5134,1	5529,9	4675,2	5055,5	5032,9	5224,5	5459,7	5403,5	5645,1	5134,8	6226,5	63 565,7
2024	5098,3	4976,7	6033,8	5964,2	5638,4	5650,1	5938,8	5890,9	6026,5	6206,6	6239,9	7082,1	70 746,3
2025	5563,5	5741,9	7184,6	6378,0	6714,7	6998,9	7366,8	6685,9	7556,6	—	—	—	60 191,0*

Джерело: Держстат, Зовнішня торгівля України товарами (експрес-випуск)
* 2025 — січень-вересень

Сальдо (експорт – імпорт, фактичні дані)

Рік	Сальдо, млн \$
2022	-11 124,7
2023	-27 376,2
2024	-27 768,1
2025	-23 950,3*

Джерело: Держстат, Зовнішня торгівля України товарами (експрес-випуск)
* 2025 — січень-серпень

Динаміка імпорту у 2022 році відображає цей перелом. У березні відбувається різкий провал, після чого починається поступове відновлення. Уже з другої половини року місячні обсяги повертаються до рівня \$4,5–6 млрд — логістика та бізнеси частково відновлюються.

У 2024 році імпорт стабілізується в діапазоні \$5,5–6,5 млрд на місяць із піковими значеннями наприкінці року, а в 2025 році (січень-серпень) зростає до \$6–7 млрд.

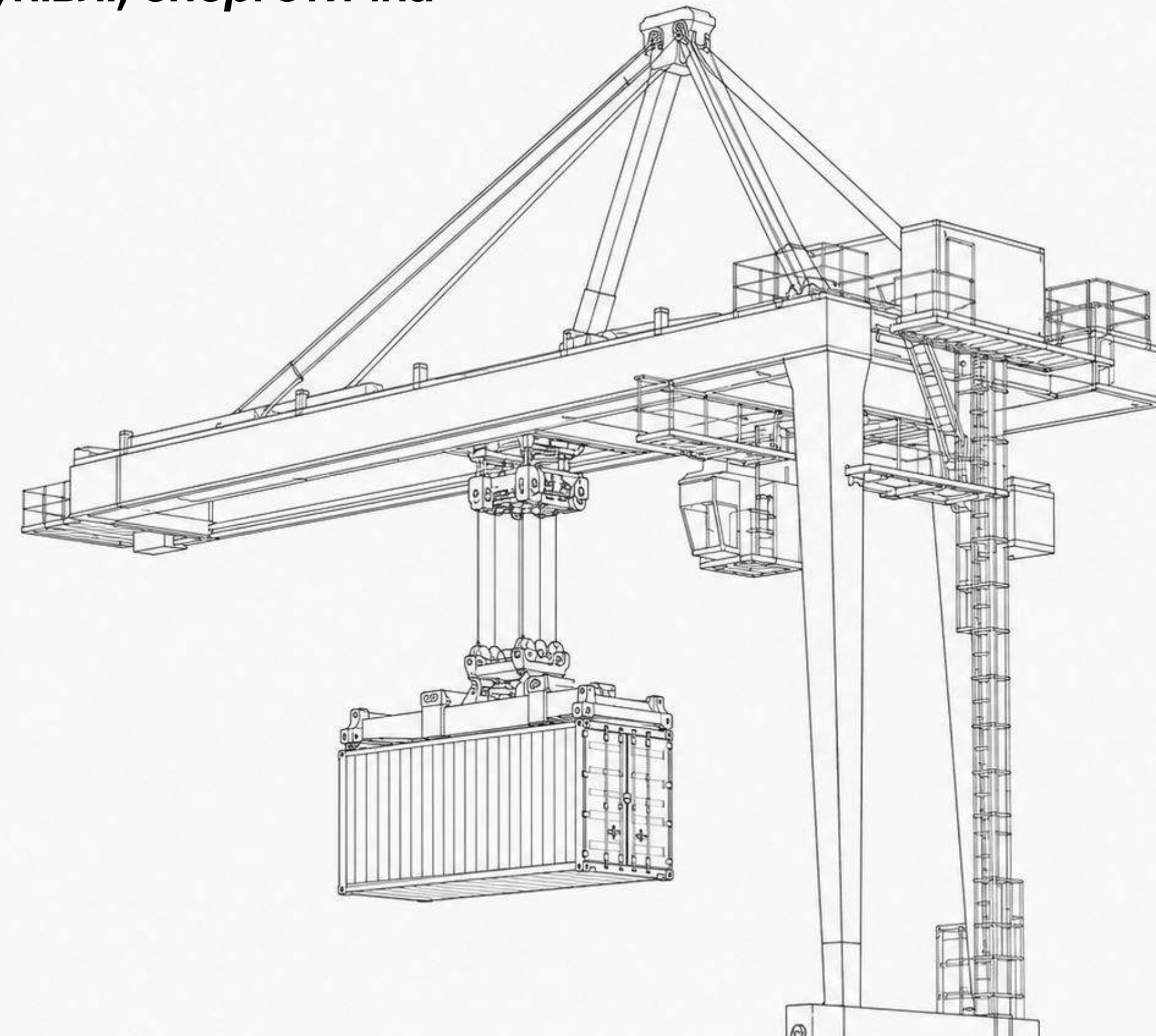


«2022 рік — це був справжній обвал (у 2021 році імпорт склав \$73,3 млрд): імпорт впав на чверть, бізнеси масово заморожували закупівлі або скорочували їх до мінімуму виживання. Далі йшло поступове, але впевнене відновлення — і вже у 2025-му номінальний імпорт перевищив довоєнний рівень і сягнув \$84,8 млрд. Але важливо розуміти контекст: значна частина цього зростання — це оборонні закупівлі, енергетична реструктуризація, відновлювальні роботи»



Михайло Лейченко

директор з ІТ та аналітики Центру розвитку інновацій



Попри поступове відновлення імпорту, загальні настрої бізнесу залишаються стриманими. На початку 2025 року індекс ділової активності UBI (Ukrainian Business Index) становив 36,8 бала зі 100, свідчать дані Офісу з розвитку підприємництва та експорту, Advanter Group та Центру розвитку інновацій. UBI розраховується на основі регулярних опитувань українського бізнесу, які агрегують оцінки поточної ділової активності та очікування щодо зростання обороту та зайнятості в єдину шкалу від 0 до 100. Значення формується через узагальнення показників у динаміці, де показники нижчі за 50 свідчать про песимістичні очікування бізнесу щодо подальшого розвитку.

Фактичні результати роботи бізнесу також уповільнюються: середньозважений показник у 2025 році склав 98,4% проти 100,4% у 2024 році, де відсоткові значення відображають динаміку обсягів робіт у доларовому еквіваленті — 100% значення означає, що бізнес працює на тому ж рівні, що і минулого року; нижче відсоткове значення — про падіння активності.

Виробничий сектор працює не на повну потужність. У 2025 році середній рівень завантаженості виробничих потужностей становив 64,8%. Водночас логістичні фактори залишаються додатковим обмеженням: 13% компаній зазначають, що затримки на кордоні та черги на митних пунктах стали для них суттєвою проблемою.

Ця ситуація формувалася поступово. На початку 2023 року лише 14% підприємств повідомляли про зростання обсягів діяльності порівняно з періодом до повномасштабної війни, а 9,3% змогли повернутися до рівня 2021 року, пояснюють у «Дія.Бізнес». Водночас 26,5% бізнесів у 2022 році повністю або майже повністю зупинили роботу, хоча цей показник поступово знижувався після пікового значення 31,7% у листопаді того ж року.

Обмеженням залишається й експорт: *«Обсяги експорту обмежені через втрату частини виробничих потужностей на окупованих територіях, логістичні труднощі та негативний вплив енергодефіцитів. Як результат — зовнішньоторговельний дефіцит зріс до \$51 млрд у 2025 році, після \$33 млрд у 2024 році та середнього значення \$11 млрд у 2017–2021 роки»,* — пояснює економіст Dragon Capital Дмитро Тарасенко.

Цей дефіцит не є тимчасовим явищем. Він формується як наслідок структурних змін в економіці та зберігається протягом чотирьох років повномасштабної війни.

На цьому тлі змінюється і внутрішня структура імпорту. Співвідношення між інвестиційними і споживчими товарами трансформується як кількісно, так і якісно. У 2022 році інвестиційні товари займають 33,6% (\$15,99 млрд), тоді як споживчі — лише 10,6% (\$5,02 млрд).

Структура імпорту України за типами товарів (2022–2025) (за методологією ВЕС / dominant use)

Рік	Intermediate Goods	Δ	Capital Goods	Δ	Consumer Goods	Δ
2022	\$26,52 Млрд (55,8%)	—	\$15,99 Млрд (33,6%)	Δ	\$5,02 Млрд (10,6%)	Δ
2023	\$21,46 Млрд (45,8%)	↓ −19,1%	\$19,81 Млрд (42,3%)	↑ +23,9%	\$5,50 Млрд (11,9%)	↑ +9,6%
2024	\$20,86 Млрд (40,1%)	.↓ −2,8%	\$25,00 Млрд (48,1%)	↑ +26,2%	\$6,16 Млрд (11,8%)	↑ +12,0%
2025	\$23,64 Млрд (36,8%)	↑ +13,3%	\$34,11 Млрд (53,1%)	↑ +36,4%	\$6,47 Млрд (10,1%)	↑ +5,0%
Підсумок		↓ −10,9%		↑ +113%		↑ +28,9%

Джерело: Державна митна служба України



Агрегований розподіл

Тип товарів	Обсяг імпорту, \$ млрд	Частка, %	Ключові товарні групи (УКТ ЗЕД)	Приклади
Intermediate goods	26,52	55,8%	27, 39, 38, 31, 40, 29, 72	Паливо, газ, пластмаси, хімія, метали
Capital goods	15,99	33,6%	84, 85, 87, 90, 88	Машини, електрообладнання, транспорт, прилади
Consumer goods	5,02	10,6%	30, 33, 61–64, 95–96	Фармакологічні товари, косметика, одяг, взуття, товари для дому

Джерело: Державна митна служба України

Capital goods (машини, обладнання, будівлі та інструменти) (2022)

Код	Категорія	\$ млрд
84	Обладнання	4,21
85	Електро-обладнання	4,99
86	Залізничний транспорт	0,06
87	Транспорт	5,23
88	Літальні апарати	0,34
89	Судна	0,01
90	Прилади	1,15

Джерело: Державна митна служба України

Intermediate goods (матеріали, сировина, компоненти, послуги у виробництві) (2022)
*послідовність – за кодами

Код	Категорія	\$ млрд
27	Транспорт	17,05
29	Органічна хімія	0,62
30	Фармацевтика	1,90
31	Добрива	0,80
38	Хімія	1,31
39	Пластмаси	2,47
40	Гума	0,78
72	Метали	0,95
73	Вироби з чорних металів	0,64

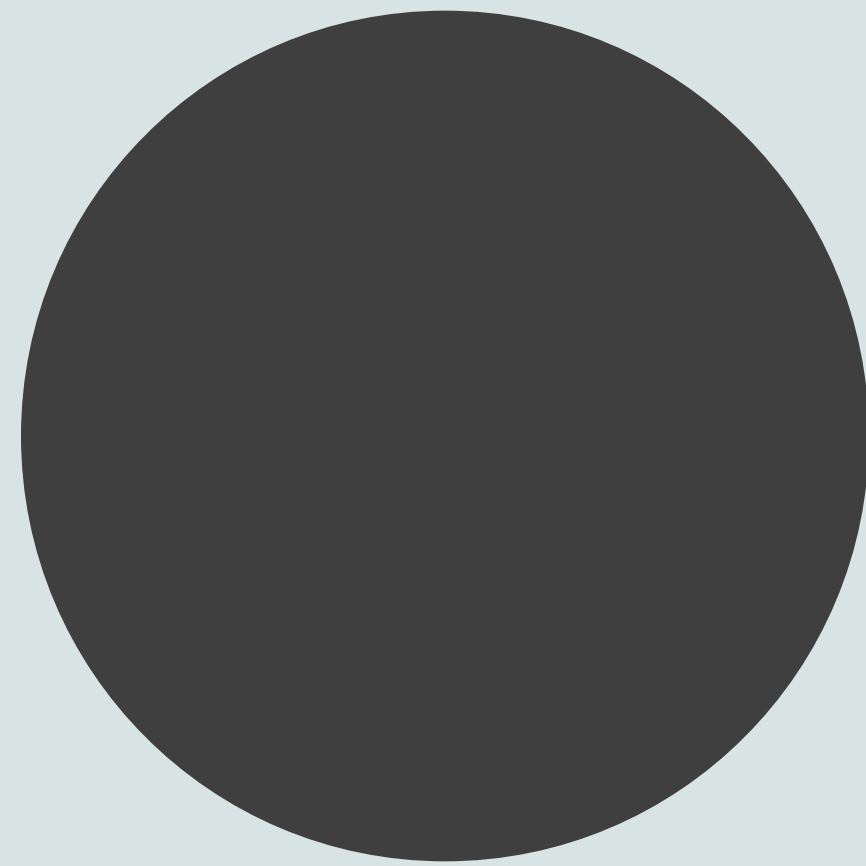
Джерело: Державна митна служба України

Consumer goods (продукція, яку купують кінцеві споживачі; не для виробництва) (2022)

Код	Категорія	\$ млрд
21	Різні харчові продукти	0,42
30	Фармацевтика	1,90
33	Косметика	0,52
61	Одяг трикотажний	0,40
62	Одяг текстильний	0,71
64	Взуття	0,36
94	Меблі	0,31
95	Іграшки	0,16
96	Різні готові вироби	0,24

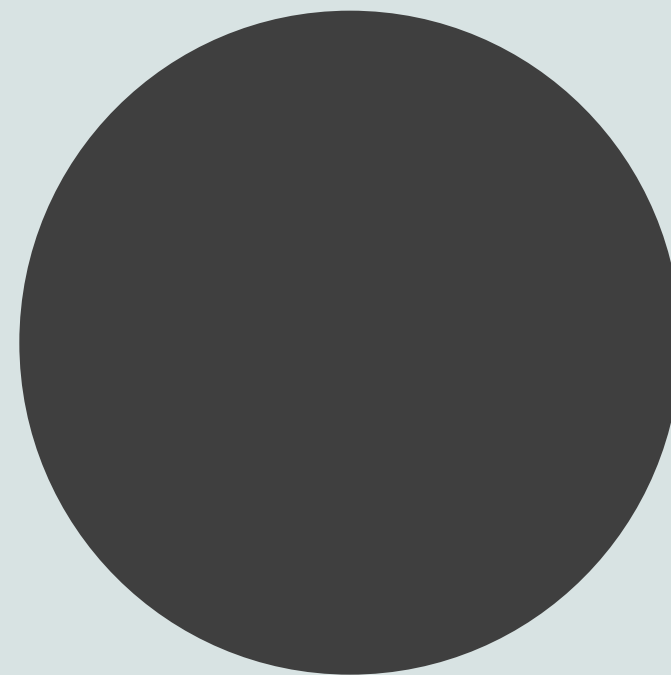
Джерело: Державна митна служба України

Загальна статистика



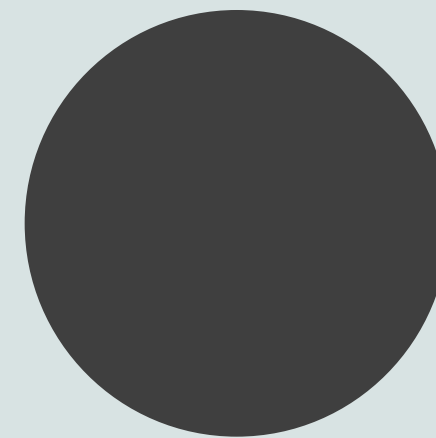
55, 8%

Intermediate



33, 6%

Capital



10, 6%

Consumer

Структура імпорту України за типами товарів (2023) (за методологією ВЕС / dominant use)

Агрегований розподіл

Код	Обсяг імпорту, \$ млрд	Частка, %
Intermediate goods	21,46	45,8%
Capital goods	19,81	42,3%
Consumer goods	5,60	11,9%

Джерело: Державна митна служба України

У 2023 році починається різке зміщення структури. Частка інвестиційного імпорту зростає до 42,3% (\$19,81 млрд), тоді як споживчий імпорт збільшується до 11,9% (\$5,60 млрд). Різниця між категоріями починає розширюватися. Навіть при відновленні споживання економіка не повертається до моделі, яка панувала до повномасштабного вторгнення, а переорієнтовується на імпорт, який підтримує функціонування систем — енергетики, логістики, виробництва.

Intermediate goods (2023)

Код	Категорія	\$ млрд
27	Транспорт	10,36
29	Органічна хімія	0,58
30	Фармацевтика	2,14
31	Добрива	1,23
38	Хімія	1,22
39	Пластмаси	2,79
40	Гума	0,93
72	Метали	1,31
73	Вироби з чорних металів	0,90

Джерело: Державна митна служба України

Capital goods (2023)

Код	Категорія	\$ млрд
84	Обладнання	5,09
85	Електро-обладнання	5,89
86	Залізничний транспорт	0,08
87	Транспорт	6,88
88	Літальні апарати	0,50
89	Судна	0,01
90	Прилади	1,36

Джерело: Державна митна служба України

Consumer goods (2023)

Код	Категорія	\$ млрд
21	Різні харчові продукти	0,47
30	Фармацевтика	2,14
33	Косметика	0,81
61	Одяг трикотажний	0,42
62	Одяг текстильний	0,39
64	Взуття	0,44
94	Меблі	0,35
95	Іграшки	0,27
96	Різні готові вироби	0,31

Джерело: Державна митна служба України

Структура імпорту України за типами товарів (2024) (за методологією ВЕС / dominant use)

Агрегований розподіл

Код	Обсяг імпорту, \$ млрд	Частка, %
Intermediate goods	20,86	40,1%
Capital goods	25,00	48,1%
Consumer goods	6,16	11,8%

Джерело: Державна митна служба України

У 2024 році ця тенденція закріплюється. Інвестиційні товари вже займають 48,1% (\$25,0 млрд), наближаючись до половини всього імпорту. Споживчий сегмент при цьому залишається майже незмінним у структурі — 11,8% (\$6,16 млрд). Його абсолютні обсяги зростають, але частка не збільшується.

Intermediate goods (2024)

Код	Категорія	\$ млрд
27	Транспорт	8,90
29	Органічна хімія	0,70
30	Фармацевтика	2,43
31	Добрива	1,18
38	Хімія	1,27
39	Пластмаси	2,85
40	Гума	1,01
72	Метали	1,48
73	Вироби з чорних металів	1,04

Джерело: Державна митна служба України

Capital goods (2024)

Код	Категорія	\$ млрд
84	Обладнання	6,28
85	Електро-обладнання	8,18
86	Залізничний транспорт	0,05
87	Транспорт	7,48
88	Літальні апарати	1,35
89	Судна	0,01
90	Прилади	1,65

Джерело: Державна митна служба України

Consumer goods (2024)

Код	Категорія	\$ млрд
21	Різні харчові продукти	0,55
30	Фармацевтика	2,43
33	Косметика	0,89
61	Одяг трикотажний	0,46
62	Одяг текстильний	0,37
64	Взуття	0,42
94	Меблі	0,41
95	Іграшки	0,32
96	Різні готові вироби	0,31

Джерело: Державна митна служба України

Структура імпорту України за типами товарів (2025) (за методологією ВЕС / dominant use)

Агрегований розподіл

Код	Обсяг імпорту, \$ млрд	Частка, %
Intermediate goods	23,64	36,8%
Capital goods	34,11	53,1%
Consumer goods	6,47	10,1%

Джерело: Державна митна служба України

У 2025 році інвестиційний імпорт перевищує половину — 53,1% (\$34,11 млрд), тоді як споживчий знижується до 10,1% (\$6,47 млрд). Розрив між ними досягає максимуму за весь період. Якщо у 2022 році інвестиційні товари були приблизно в три рази більші за споживчі, то у 2025 — вже у п'ять разів.

Intermediate goods (2025)

Код	Категорія	\$ млрд
27	Транспорт	10,54
29	Органічна хімія	0,60
30	Фармацевтика	2,57
31	Добрива	1,50
38	Хімія	1,43
39	Пластмаси	3,05
40	Гума	0,99
72	Метали	1,67
73	Вироби з чорних металів	1,29

Джерело: Державна
митна служба України

Capital goods (2025)

Код	Категорія	\$ млрд
84	Обладнання	7,17
85	Електро-обладнання	13,08
86	Залізничний транспорт	0,03
87	Транспорт	9,49
88	Літальні апарати	2,23
89	Судна	0,03
90	Прилади	2,08

Джерело: Державна митна служба України

Consumer goods (2025)

Код	Категорія	\$ млрд
21	Різні харчові продукти	0,57
30	Фармацевтика	2,57
33	Косметика	0,93
61	Одяг трикотажний	0,51
62	Одяг текстильний	0,39
64	Взуття	0,40
94	Меблі	0,46
95	Іграшки	0,33
96	Різні готові вироби	0,31

Джерело: Державна митна служба України

Ця динаміка підтверджується і темпами змін. За 2022–2025 роки інвестиційний імпорт зріс на +113%, тоді як споживчий — лише на +28,9%. При цьому проміжні товари навіть скорочуються у відносному вимірі (–10,9%).

Такий розрив пов'язаний із характером попиту в економіці воєнного часу. Як пояснює Дмитро Тарасенко, значна частина імпорту є «критично необхідною» і має низьку чутливість до курсу:

”

«Структура імпорту впливає на формування валютно-курсової політики. Якщо в імпорті домінують товари критично необхідні для функціонування економіки, особливо в умовах війни (озброєння, товари подвійного призначення, природний газ, вугілля, інші енергоносії, енергетичне обладнання), попит на них стає низькоеластичним, тобто не реагує на зміну валютного курсу. Наразі Україна перебуває саме в такій ситуації»,
— каже Дмитро Тарасенко, економіст Dragon Capital.

У 2025 році, за оцінками Dragon Capital, такий імпорт також становив майже \$45 млрд, або приблизно 50% загального обсягу. Саме ця категорія перетинається з інвестиційними товарами: енергетичне обладнання, транспорт, техніка, товари подвійного призначення. Попит на них не скорочується, навіть коли погіршуються макроекономічні умови.

Натомість споживчий імпорт швидше реагує на короткострокову стабілізацію, але не формує довгострокового тренду. Саме тому його частка практично не змінюється протягом усього періоду. Навіть коли економіка частково адаптується, бізнес не переходить до масштабних інвестицій одразу. Як зазначає Тарасенко, бізнеси в кризових умовах концентруються на точкових витратах — підтримці операцій, енергетичній автономності, заміні критичних активів, але не довгострокових капіталовкладеннях.

Порівняння критичного (енергетика) та цивільного імпорту (2022–2025)

Рік	Імпорт всього, млрд \$	Критичний (код 27), млрд \$	Частка, %	Цивільний імпорт, млрд \$	Частка, %
2022	59,5	12,81	21,5%	46,7	78,5%
2023	63,5	10,37	16,3%	53,1	83,7%
2024	70,7	8,90	12,6%	61,8	87,4%
2025	84,8	10,54	12,4%	74,3	87,6%

Джерело: Держстат, Державна митна служба України

Водночас у довгостроковій перспективі саме інвестиційний імпорт має потенціал змінювати макроекономічний баланс. Імпорт обладнання працює або на імпортозаміщення, або на експорт, підкреслює заступниця директора Центру економічної стратегії Марія Репко:

”

«У довгій перспективі інвестиційний імпорт працюватиме на зміцнення національної валюти. Споживчий же імпорт ніяк не впливає на можливості експорту виробництва в довгій перспективі».



Марія Репко

заступниця директора Центру економічної стратегії

Митний брокер В'ячеслав Морозов оцінює, що після початку повномасштабної війни залежність України від імпорту зросла, тоді як експортні можливості скоротилися (за даними Держстату, експорт товарів за 9 місяців 2025 року зменшився на 4,1% порівняно з попереднім роком). За його спостереженнями, частина бізнесів повністю припинила експортну діяльність, а ті, хто надалі працюють на зовнішніх ринках, зменшили обсяги.

Експерт каже, що імпортна структура неоднорідна: окремі категорії товарів демонструють стабільність, попри кризові умови. Йдеться передусім про продукти харчування та медичні вироби, зокрема стоматологічні матеріали й обладнання, де обсяги фактично не змінилися.

Товарна структура імпорту

У 2022 році структура імпорту була виразно моноцентричною: одна товарна група — мінеральні продукти — фактично формувала ядро всієї системи. Вона стабільно посідала перше місце протягом року й суттєво випереджала всі інші категорії.

У 2023 році фокус імпорту поступово зміщується від закупівлі енергоносіїв до закупівлі засобів виробництва: на перше місце виходять машини та обладнання. У 2024 році ця тенденція закріплюється. Машини та обладнання утримують лідерство, тоді як мінеральні продукти опускаються одразу на четверте місце.

У 2025 році структура імпорту стає більш збалансованою і формується як трицентрична модель: котли й реактори, електротехнічне обладнання, транспорт і мінеральні продукти. При цьому енергетика вже не домінує, а стає лише однією з кількох ключових складових.

Найпопулярніші товарні групи імпорту (2022–2025)
(за розділами УКТ ЗЕД; місце за обсягом імпорту)

Розділ	Товарна група	2022	2023	2024	2025
XVI	Машини, обладнання, електротехніка	2	1	1	1
V	Мінеральні продукти	1	2	4	3
XVII	Транспорт	4	3	2	2
VI	Хімічна продукція	3	4	3	5
VII	Полімери, пластмаси	5	5	5	4

Джерело: Держстат, Державна митна служба України

2022

Розділ	Категорія	Імпорт, \$ млрд	Коментар
V	Мінеральні продукти	~13,1	Домінування палива (~97% — нафтопродукти)
XVI	Машини, обладнання, електротехніка	~9,0	
VI	Хімічна продукція	~6–7	Критична хімія (добрива, фарма, реагенти)
XVII	Транспорт	~5	
VII	Полімери, пластмаси	~3–4	

Джерело: Держстат

У 2022 році імпорт концентрується навколо базових потреб економіки. Майже вся група V формується паливом, що підтверджує критичний характер імпорту. Водночас інвестиційний імпорт різко просідає: наприклад, машини падають з 1,13 млрд у січні до 202 млн у березні (–80%).

2023

Розділ	Категорія	Імпорт, \$ млрд
XVI	Машини, обладнання, електротехніка	~11–12
V	Мінеральні продукти	~10–11
XVII	Транспорт	~7
VI	Хімічна продукція	~6–7
VII	Полімери, пластмаси	~3–4

Джерело: Держстат

Попри те що на початку 2023 енергетика ще займає сильну позицію, протягом року відбувається перерозподіл. Імпорт обладнання починає стабільно зростати — виробництва відновлюються, а бізнес адаптується до нових умов.

2024

Розділ	Категорія	Імпорт, \$ млрд
XVI	Машини, обладнання, електротехніка	~14–15
XVII	Транспорт	~10
VI	Хімічна продукція	~7
V	Мінеральні продукти	~8–9
VII	Полімери, пластмаси	~4

Джерело: Держстат

У 2025 році структура імпорту остаточно змінюється: найбільшими стають не ресурси, а технології. Дві групи — електротехніка і машини — формують ядро імпорту, тоді як енергетика зберігає значний обсяг, але втрачає визначальну роль.

2025

Розділ	Категорія	Імпорт, \$ млрд
XVI	Машини, обладнання, електротехніка	20,25
XVII	Транспорт	11,78
V	Мінеральні продукти	10,56
VII	Полімери, пластмаси	4,04
VI	Хімічна продукція	~7

Джерело: Державна митна служба України

Структура імпорту – січень vs березень 2022 (млн \$, США)

Місце	Січень 2022	Імпорт	Березень 2022	Імпорт	Δ
1	V Мінеральні продукти	1653,1	V Мінеральні продукти	740,3	↓ −55%
2	XVI Машини, обладнання	1136,5	VI Хімія	267,4	↑ (зміна структури)
3	VI Хімія	866,5	XVI Машини, обладнання	202,6	↓ 82%
4	XVII Транспорт	472,9	I Тваринні продукти	102,5	↑ (нова група)
5	VII Полімери	333,0	II Рослинні продукти	98,8	↑ (нова група)

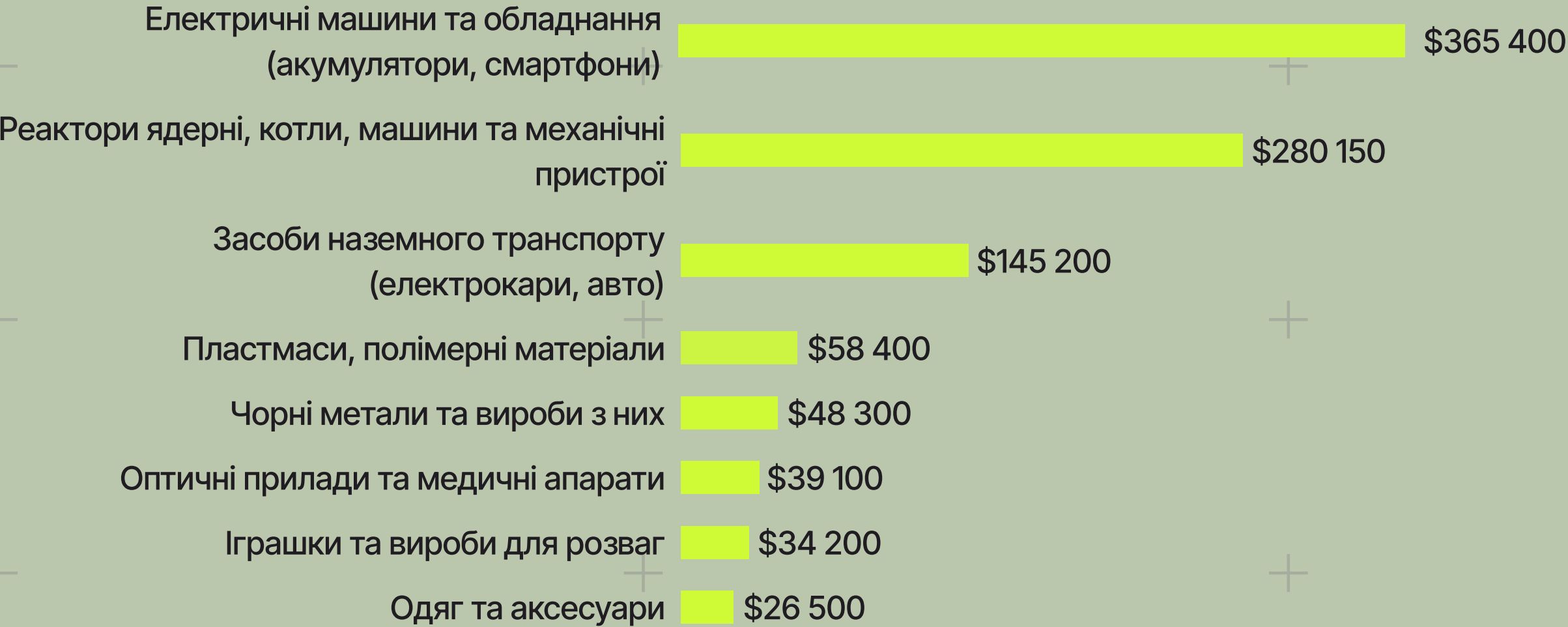
Джерело: Держстат

Топ-10 категорій товарів, які найбільше зросли в імпорті з Китаю, за даними UTEC Logistics:

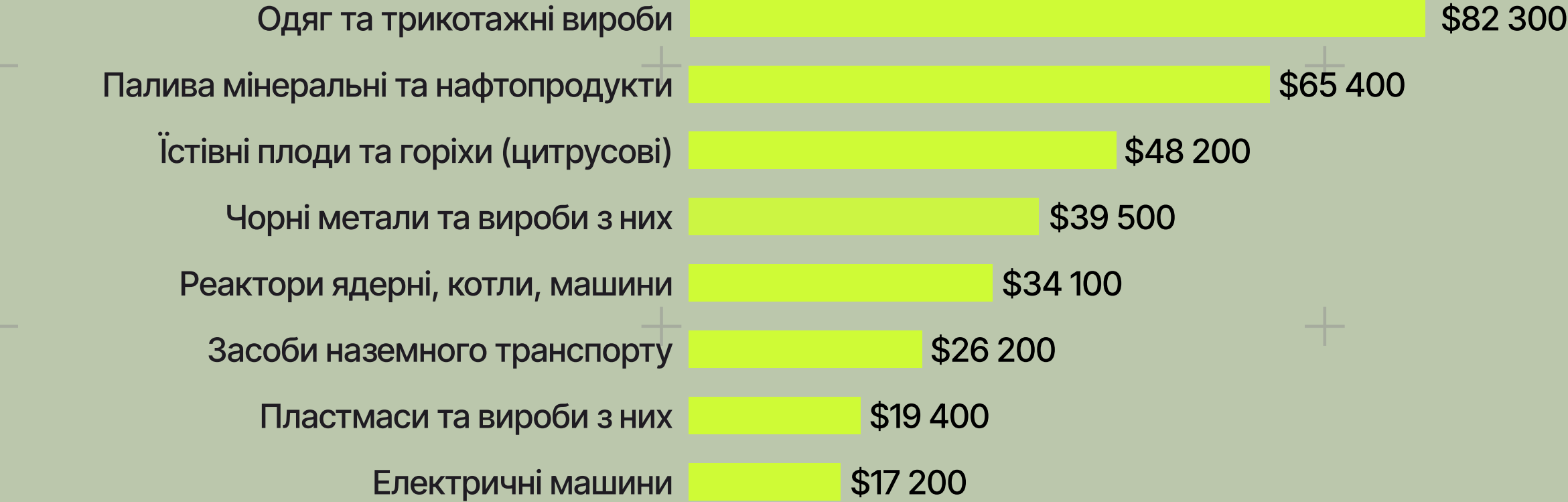
- 01
- Defense Tech: обладнання та комплектуючі для безпекових та оборонних проєктів.
- 02
- Промислове обладнання: верстати, пресові машини, конвеєрні системи, пакувальні лінії тощо.
- 03
- Енергетика: сонячні панелі, акумулятори, інвертори, рішення для відновлюваної енергетики.
- 04
- Будівельні матеріали: конструкційні елементи, металопрофіль, ізоляційні матеріали, інструменти.
- 05
- Електроніка та гаджети: майнери, павербанки, смартфони, дрони, контролери, периферія.
- 06
- Healthcare та косметологія: лабораторне обладнання, апарати для діагностики, витратні матеріали, апарати/продукти для косметології.
- 07
- Металургія: металеві заготовки, сплави, труби, арматура.
- 08
- Хімічна промисловість: реагенти, полімери, спеціальні хімікати для виробництва.
- 09
- Автомобільні запчастини: двигуни, трансмісії, деталі, електроніка для авто.
- 10
- Агротовари: трактори, сільськогосподарська техніка, комплектуючі для механізації.

Топ-10 країн і категорій товарів за роками

Звіт імпорту в Україну (січень 2026): Китай 🇨🇳



Звіт імпорту в Україну (січень 2026): Туреччина 🇹🇷



Звіт імпорту в Україну (січень 2026): Польща 🇵🇱



Звіт імпорту в Україну (січень 2026): Німеччина 🇩🇪



Звіт імпорту в Україну (січень 2026): Італія



Звіт імпорту в Україну (січень 2026): Індія



Звіт імпорту в Україну (січень 2026): Болгарія



Звіт імпорту в Україну (січень 2026): США



Звіт імпорту в Україну (січень 2026): Франція



Топ-10 категорій імпорту в Україну за січень 2026



Звіт імпорту в Україну (січень 2026): Чехія



\$6 250 000

Загальна вартість імпорту в Україну за січень 2026 року

Повна таблиця топ-10 країн і категорій товарів 2021–2026 роки →

Дані: Держмитслужба
*статистика базується не на всьому імпорті, а на тій категорії товарів, які збільшили свою частку через повномасштабне вторгнення (техніка, сонячні панелі, обладнання тощо)

Динаміка імпорту, січень-березень 2025 Vs січень-березень 2026

Показник	Січень-березень 2025, тис. шт.	Січень-березень 2026, тис. шт.
Оформлено митних декларацій (всього)	925,4	899,3
З них на ввезення (імпорт)	713,3	698,8
Пропущенно товарів на ввіз (імпорт)	8,6 млн тонн	9,1 млн тонн

Джерело: Державна митна служба України

У 2026 році кількість імпортних декларацій впала порівняно з аналогічним періодом за 2025 рік, але фізична вага ввезених товарів зросла на 5,8%. Це свідчить про те, що імпортери почали ввозити товар більшими партіями або важчу продукцію (обладнання, сировина тощо).

Енергетичне обладнання, сантехніка, виробниче устаткування й споживчі товари. Які імпортні товари фінансує Done

У портфелі фінансування імпорту компанії Done домінують категорії, пов'язані з енергетичною автономністю, базовими засобами виробництва та споживчими товарами. Найчастіше йдеться про сонячні панелі, ручний інструмент і сантехніку — ці групи поєднують великі обсяги інвойсів зі стабільним попитом, який підтримується як розвитком альтернативної енергетики, так і триваючим будівництвом.

Попит на енергетичні рішення напряму пов'язаний із воєнною реальністю:

«Багато хто за відсутності світла переходить в альтернативну енергетику — встановлює інвертори, акумулятори тощо», — пояснюють у Done.



Паралельно зберігається попит на будівельні та суміжні категорії. У випадку сантехніки важливу роль відіграє широка номенклатура товарів, яка створює ризик нерівномірного продажу. Саме тому бізнес частіше використовує фінансування як інструмент управління запасами:

«Клієнти Done часто обирають гнучке фінансування, яке дає їм змогу знизити ризики, пов'язані з прогнозуванням попиту. Вони не вкладають кошти в товар заздалегідь: продукція зберігається на наших складах і закуповується лише тоді, коли на неї вже є кінцевий покупець».

Кейс Done: SMARTSYSTEMS

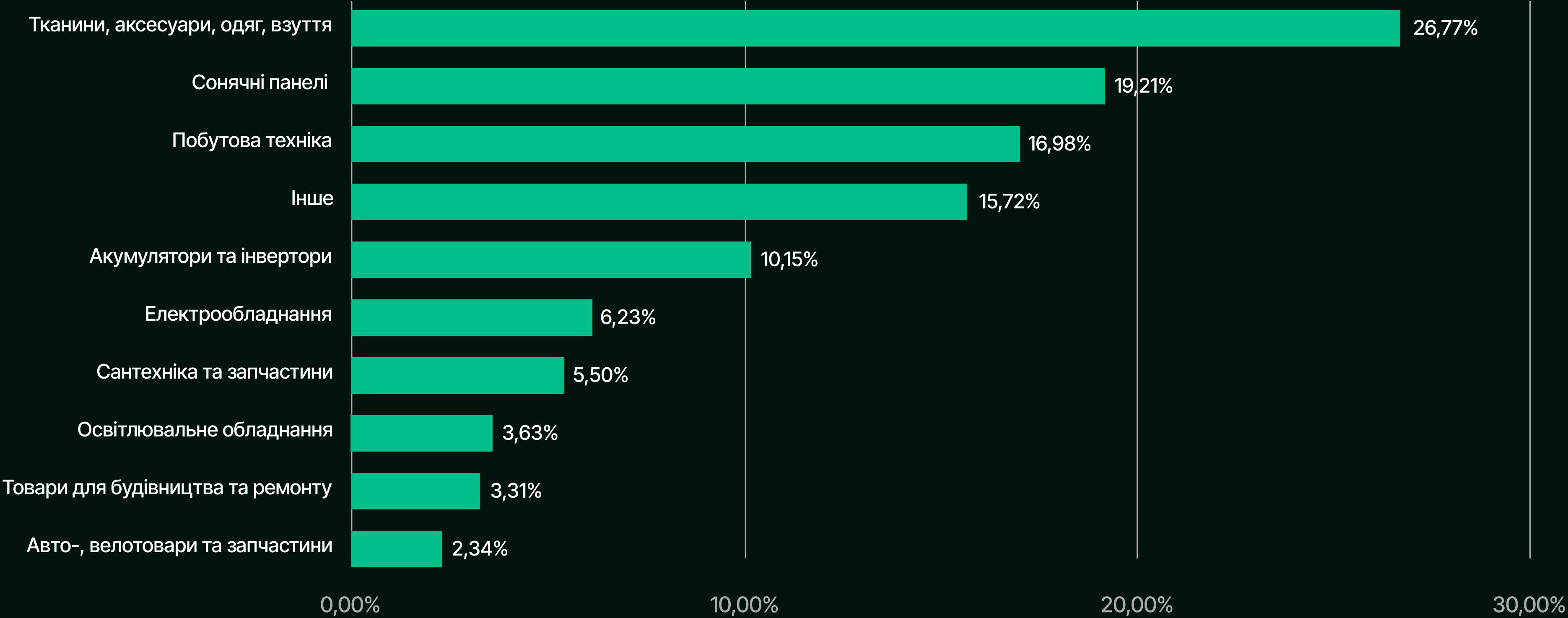
Імпортер аксесуарів та техніки SMARTSYSTEMS зіштовхнувся з нестачею обігових коштів, попри те, що бізнес зростав. Компанія завозила товар пізніше, ніж того потребував ринок. Done фінансували закупівлю товару на \$79 тис. і забезпечили три постачання та повний супровід логістики. Це дозволило SMARTSYSTEMS завезти товар на місяць раніше, розширити асортимент і масштабуватися.

Окрім цих категорій, значну частку портфеля займають товари легкої промисловості — одяг, взуття та аксесуари (26,77%), а також побутова техніка (16,98%). Інші сегменти — електрообладнання, освітлення, товари для ремонту та автотовари — формують менші, але стабільні частки попиту.

\$79 000

Done профінансували закупку товарів SMARTSYSTEMS й забезпечили три постачання і повний супровід логістики.

Основні категорії товарів



Дані: Done

Ключовим фактором при виборі товарів для фінансування є їхня ліквідність. Найбільш привабливими залишаються дорогі позиції, які дозволяють бізнесу не заморожувати обігові кошти, а також швидкооборотні товари, що дають змогу швидко реалізовувати партії та масштабувати закупівлі.

Оборотність товару визначається не лише попитом на продукцію, а й географією постачання. Якщо європейські поставки дозволяють отримати товар протягом приблизно тижня, то імпорт із Китаю передбачає триваліший логістичний цикл. Водночас за умови якісного планування закупівель та управління запасами навіть такі поставки забезпечують ефективний товарообіг і безперервність продажів.



«Значні зміни в імпорті відбулися після скасування ПДВ та митних платежів на обладнання для альтернативної енергетики. Це дало імпортерам і дистриб'юторам можливість активно постачати сонячні панелі, акумуляторні системи та генератори, сприяючи забезпеченню енергетичної стійкості країни в складні часи. Паралельно спостерігалось зростання імпорту тканин для потреб військового сектору, а також збільшення обсягів ввезення автомобілів і запасних частин до них.

Для нашої компанії ключовою зміною в імпортній діяльності стало впровадження продукту фінансування поставок. У складний час для країни фінансування допомагає бізнесу ефективніше управляти ліквідністю: не заморожувати кошти в товарі та спрямовувати їх на масштабування продажів і розвиток компанії»



Наталя Урда

директорка з продажів

Кейс Done: **INKOS LINE**

У 2024 році компанія-імпортер медичного обладнання INKOS LINE інвестувала майже \$1 млн у розвиток та масштабування бізнесу. Водночас під час роботи на міжнародних ринках виникли непередбачувані ризики, пов'язані з виконанням зобов'язань окремими іноземними постачальниками у Великій Британії, Канаді та Гонконгу. Врегулювання ситуації та повернення коштів зайняли близько восьми місяців, що вплинуло на ліквідність компанії, її фінансові показники та взаємодію з банківськими установами.

Done надали фінансування в сумі \$87 тис. та забезпечили постачання й повний супровід логістики. Це допомогло бізнесу закрити валютні ризики, виконати контракти і зберегти команду.

\$87 000

Done профінансували закупку товарів та забезпечили постачання й повний супровід логістики.

Середня тривалість доставки (від дверей до дверей) від UTEC Logistics за маршрутами Китай – Україна та ЄС – Україна, окремо по видах транспорту: авіа, залізниця, авто

Рік	Маршрут	Авіа (дні)	Море (дні)	Залізниця (дні)	Авто (дні, внутрішня доставка)
2021	Китай → Україна	6–10	45–60 (Одеса/Чорноморськ)	22–25	1–3 (від порту/аеропорту до складу)
2021	ЄС → Україна	2–5	7–10 (Балтика/Чорне море)	3–5	1–2
2022 H1	Китай → Україна	40–45	120 (Суецький канал)	відмовились	3–4
2022 H2	Китай → Україна	16–22 (до Києва)	120	відмовились	3–4
2023	Китай → Україна	14–16	від 90 (через мис Доброї Надії)	—	3–4
2024	Китай → Україна	14–16	65–75	—	3–4
2025	Китай → Україна	14–16	65–75	—	3–4
2026 (ціль)	Китай → Україна	10–14	55–65	—	3–4

*Авіа: включає доставку від складу постачальника, час польоту, митницю та внутрішнє перевезення.
*Море: вказано час проходження основного маршруту + внутрішні перевезення. Для 2022–2023 років морські маршрути були подовжені через Суецький канал та обхідні маршрути.
*Залізниця: у 2022 році відмовились від використання у зв’язку з маршрутом через рф/Білорусь; у 2021-му була популярна.
*Авто: стандартна внутрішня доставка, додається до авіа/моря/залізниці.

Карта маршрутів UTEC Group

2022

Avia:

Китай/Азія → Варшава, Хан (Німеччина), Амстердам, Лейпциг → далі авто до України;

Mope :

Китай/Азія → Гданськ, Констанца, іноді
Клайпеда, Гамбург, Копер → авто до
України.

2026

Avia:

Китай/Азія → Варшава, Лейпциг, Хан,
Рига (чартер), покриття всієї Європи
залежно від спейсів і термінів → авто до
України;

Mope :

Китай/Азія → Гданськ, Гдиня, іноді
Гамбург → авто до України.



Мережа оптимізована для швидкого обігу вантажів, частина авіарейсів може бути прямою до великих європейських центрів, морські маршрути стабілізовані через регулярні порти.



Швидкість обороту сама по собі не є визначальним критерієм для фінансування. У Done орієнтуються насамперед на реальну оборотність товару в клієнта і його бізнес-модель.

Швидкість обороту сама по собі не є визначальним критерієм для фінансування. У Done орієнтуються насамперед на реальну оборотність товару в клієнта і його бізнес-модель.

«Для нас прийнятно, якщо після митного оформлення товар зберігається на складах в Україні до 90 днів, а разом із логістикою — до 120 днів», —
зазначає компанія Done.

Як війна та руйнування змінили імпорт

Зміна товарної структури імпорту після 2022 року є не лише результатом адаптації економіки, а прямим наслідком втрати виробничої бази, ресурсів та інфраструктури. Імпорт у багатьох категоріях перестає доповнювати внутрішнє виробництво та починає його замінювати.

Масштаб цих втрат визначає характер імпорту. За оцінками Світового банку, станом на кінець 2025 року прямі збитки економіки України з початку повномасштабного вторгнення досягли майже \$176 млрд. Непрямі втрати — включно з втраченим виторгом і доданою вартістю — оцінюються у \$1,7 трлн до кінця 2026 року.

Найбільший удар на себе беруть продуктивні сектори, втрати, млрд \$



У промисловості цей ефект є найбільш очевидним. Виробничі потужності, зокрема в металургії, скоротилися на 81% порівняно з довоєнним рівнем 2013 року. У результаті імпорт у категоріях металів, обладнання й техніки не лише зростає, а й стабілізується на високому рівні у 2024–2025 роках. Відбувається часткове заміщення втрачених виробництв.

Аналогічна логіка працює в агросекторі. Непрямі втрати сільського господарства оцінюються у \$81,9 млрд, до того ж основний удар припадає на рослинництво. Водночас станом на початок 2024 року 18% агропідприємств по всій країні повідомляють про забруднення земель мінами та боєприпасами, а у прифронтових регіонах цей показник сягає 38%. Це супроводжується падінням врожайності (81,4% виробників у прифронтових областях) і скороченням посівних площ.

У таких умовах формується структурний дефіцит: добрив потребують 82% виробників, насіння — 55%, а палива — 45%. Це напряму підтримує імпорт хімічної продукції, палива і частково продовольчих товарів, навіть попри загальне відновлення економіки.

Енергетика формує окремий, найбільш критичний канал впливу. Масовані атаки на інфраструктуру призвели до втрати понад 60% внутрішнього видобутку газу станом на осінь 2025 року. У результаті Україна змушена імпортувати додатково до 4,4 млрд кубометрів газу, витрачаючи на це до \$2 млрд лише для покриття дефіциту.

Саме це пояснює, чому у 2022 році імпорт мінеральних продуктів домінує, а в наступні роки, попри структурний зсув до технологій, енергетика зберігає значну частку. Йдеться не про ринковий вибір, а про вимушену стабільність.

Водночас війна змінює не лише склад імпорту, а й умови його здійснення. Морський коридор, який уже забезпечив перевезення 168,9 млн тонн вантажів, функціонує під постійними обстрілами: станом на березень 2026 року пошкоджено або зруйновано майже 750 об'єктів портової інфраструктури, атаковано 156 цивільних суден.

У результаті структура імпорту змінюється під впливом трьох факторів: втрати виробництва, руйнування ресурсної бази та порушення логістики. Саме тому зростання категорій обладнання, транспорту чи енергетичних рішень у 2023–2025 роках є не лише ознакою відновлення, а прямим відображенням війни в економіці.

Ключові категорії імпорту:

Електроніка

Електроніка — найчутливіша до війни категорія, яка стала проксі для адаптації економіки до блекаутів. Уже в 2022 році генератори входять у топкатегорії імпорту, але справжній злам відбувається у 2023–2025 роках: різко зростає ввезення акумуляторів та інверторів.

У 2025 році категорія демонструє стрибок до \$13 млрд, що означає перехід від реактивного імпорту (генератори як швидке рішення) до системного (інфраструктура автономного живлення). Водночас стабільно високі обсяги смартфонів і телеком-обладнання свідчать, що споживчий сегмент не зникає навіть у кризі.

Імпорт електроніки демонструє стрімке зростання вже у 2023 році (+50,7%), що прямо пов'язано з енергетичною кризою та масовим попитом на генератори й акумулятори. У 2024–2025 роках темпи зростання сповільнюються (+21,5% і +16,6%), але залишаються високими — відбувається перехід від шокового попиту до стабільного структурного споживання. Загалом за три роки імпорт електроніки зріс більш ніж удвічі (+113%), що робить цю категорію однією з ключових у трансформації економіки.

Динаміка імпорту електроніки (2022–2025)

Рік	Обсяг імпорту (млрд \$)	Ключові драйвери
2022	~4,54	Трійка лідерів: • смартфони та телекомунікаційне обладнання • електрогенератори • електричні кабелі та проводи
2023	~6,84	Трійка лідерів: • смартфони та телекомунікаційне обладнання • електрогенератори • акумулятори
2024	~8,31	Трійка лідерів: • смартфони та телекомунікаційне обладнання • акумулятори • електрогенератори
2025	~9,69	Трійка лідерів: • смартфони та телекомунікаційне обладнання • акумулятори • електрогенератори

Засоби енергонезалежності

До категорії засобів енергонезалежності були зараховані три ключові товарні позиції УКТ ЗЕД:

- 8507 — акумулятори;
- 8504 — інвертори та перетворювачі напруги;
- 8502 — генератори.

Аналіз митної статистики показує різке зростання імпорту цих товарів після початку повномасштабної війни та масованих атак на енергетичну інфраструктуру України.

Динаміка імпорту засобів енергонезалежності (2022–2025), тис. \$

Рік	Акумулятори	Інвертори	Генератори	Разом
2022	271 156	171 238	688 990	1 131 384
2023	466 049	285 210	706 584	1 457 843
2024	950 546	596 111	732 506	2 279 163
2025	1 475 874	1 118 762	1 690 997	4 285 633

Джерело: Державна митна служба України

У 2022 році імпорт обладнання для резервного електроживлення становив приблизно \$1,13 млрд. Уже в 2023 році він зріс на $\approx 29\%$. У 2024 році імпорт цих товарів зріс до \$2,28 млрд, що на 56% більше, ніж у 2023 році. Основний внесок у зростання зробили: акумулятори (практично подвоєння імпорту), інвертори та системи перетворення електроенергії.

У 2025 році імпорт засобів енергонезалежності досяг \$4,29 млрд, що на $\approx 88\%$ більше ніж у 2024 році. Найбільше зросли:

- генератори — до \$1,69 млрд;
- акумулятори — до \$1,48 млрд;
- інвертори — понад \$1,1 млрд.

За чотири роки обсяг імпорту цієї групи товарів зріс майже вчетверо.

Будівництво

На відміну від електроніки, імпорт будматеріалів зростає рівномірно та без різких стрибків: +73% у 2023 році, +27% у 2024-му і ще +25% у 2025-му. Структура імпорту будматеріалів також практично не змінювалася впродовж років повномасштабної війни. У 2022–2025 роках у топі залишаються одні й ті самі позиції: напівфабрикати зі сталі, безшовні труби, чавун. Імпорт зосереджений на базових конструкційних елементах.

«Будматеріали залишаються в депресії — попит у цій ніші становить 25–40% від довоєнного. Масова відбудова ще не почалась, і це, мабуть, найбільш стримуваний потенціал ринку», — Михайло Левченко.

Динаміка імпорту будівельних матеріалів (2022–2025)

Рік	Обсяг імпорту (млрд \$)	Ключові драйвери
2022	~0,26	Трійка лідерів: - напівфабрикати зі сталі - безшовні сталеві труби - чавун
2023	~0,45	Трійка лідерів: - напівфабрикати зі сталі - безшовні сталеві труби - чавун
2024	~0,57	Трійка лідерів: - напівфабрикати зі сталі - безшовні сталеві труби - чавун
2025	~0,71	Трійка лідерів: - напівфабрикати зі сталі - безшовні сталеві труби - чавун

Джерело: Державна митна служба України

Динаміка імпорту товарів для відбудови (суміжні категорії), 2022–2025 роки

Категорія	2022 (млн \$)	2023 (млн \$)	2024 (млн \$)	2025 (млн \$)
25 Мінеральні матеріали	6,4	6,0	231,8	195,0
68 Вироби з каменю/цементу	17,9	11,9	199,4	320,7
69 Кераміка	71,7	57,2	196,4	197,5
70 Скло	106,9	56,5	326,6	348,5
72 Чорні метали	35,6	32,9	1 478,8	1 669,5
73 Вироби з чорних металів	75,4	38,6	1 037,1	1 290,6
84 Обладнання (будівельне)	106,3	61,9	6 280,7	7 168,7
87 Транспорт (будівництво/ логістика)	126,1	45,4	7 475,7	9 486,6

Джерело: Держстат, Державна митна служба України

У 2022–2023 роках імпорт будівельних товарів відображав кризову модель — скорочення обсягів і спрощення структури. Натомість у 2024–2025 роках відбувається різкий структурний зсув, де домінантними стають не матеріали, а техніка й транспорт.

Обладнання

Імпорт обладнання у 2022–2025 роках демонструє стабільне та пришвидшене зростання без жодних провалів, збільшившись майже утричі (+197%). Найбільший стрибок відбувся вже у 2023 році (+52%). Водночас структура імпорту залишається незмінною: домінують двигуни, компресори та насоси. Економіка не переходить до складніших технологій, а масштабує базову інфраструктуру виробництва та енергозабезпечення.

Динаміка імпорту обладнання (2022–2025)

Рік	Обсяг імпорту (млрд \$)	Ключові драйвери
2022	~0,105	Трійка лідерів: - турбореактивні та турбогвинтові двигуни - компресори та вентилятори - насоси для рідин
2023	~0,160	Трійка лідерів: - турбореактивні та турбогвинтові двигуни - компресори та вентилятори - насоси для рідин
2024	~0,220	Трійка лідерів: - турбореактивні та турбогвинтові двигуни - компресори та вентилятори - насоси для рідин
2025	~0,312	Трійка лідерів: - турбореактивні та турбогвинтові двигуни - компресори та вентилятори - насоси для рідин

Джерело: Державна митна служба України

Техніка й транспорт

Імпорт техніки і транспорту стабільно зростає, але з кожним роком уповільнюється — з +21,6% в 2023-му до +14,3% в 2025 році. Найбільший приріст припав на 2023 рік і пов’язаний з ефектом відкладеного попиту після шокового 2022-го. У наступні роки ринок вирівнявся. Як і в більшості категорій, структура імпорту техніки й транспорту не змінилася — до першої трійки стабільно входили легкові і вантажні авто, а також авточастини та аксесуари.

Динаміка імпорту техніки і транспорту (2022–2025)

Рік	Обсяг імпорту (млрд \$)	Ключові драйвери
2022	~9,606	Трійка лідерів: • легкові автомобілі • вантажні автомобілі • частини та аксесуари автомобілів
2023	~11,682	Трійка лідерів: • легкові автомобілі • вантажні автомобілі • частини та аксесуари автомобілів
2024	~13,847	Трійка лідерів: • легкові автомобілі • вантажні автомобілі • частини та аксесуари автомобілів
2025	~15,826	Трійка лідерів: • легкові автомобілі • вантажні автомобілі • частини та аксесуари автомобілів

Джерело: Державна митна служба України

Які імпортні продукти купує споживач

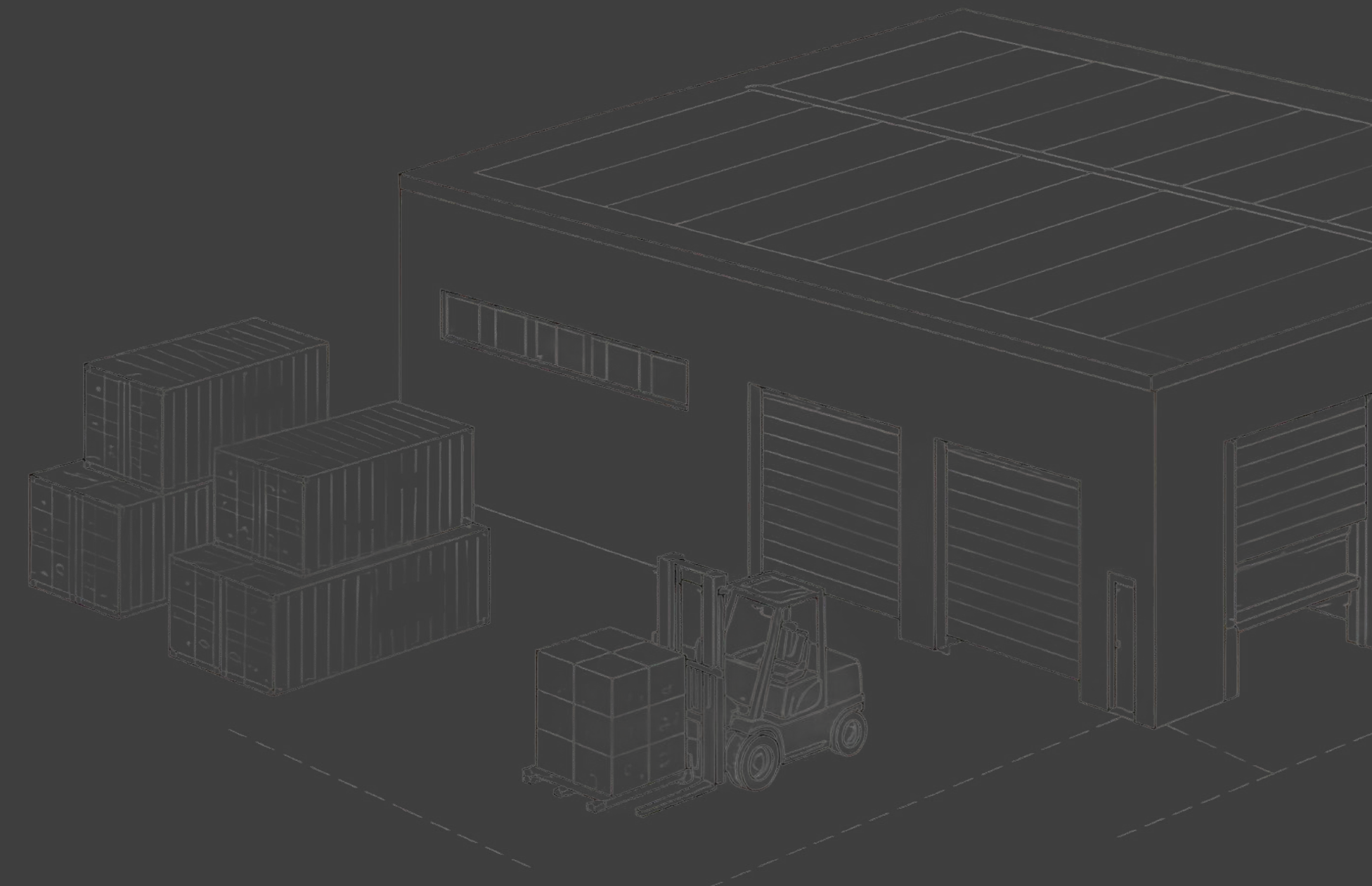
Структура попиту змінювалася не поступово, а ривками, під впливом конкретних тригерів: блекаути, міграція, перебої в логістиці. Найпомітніший зсув — це поява і закріплення категорії енергонезалежності. Раніше нішеві товари — зарядні станції, генератори та супутні аксесуари — за кілька місяців стали масовим продуктом.

”

«Попит на товари для енергонезалежності може зростати на +100–350% у дуже короткі періоди — залежно від ситуації з електропостачанням», — коментують у Prom.

Паралельно відбувається не така помітна, але не менш важлива трансформація — заміщення внутрішнього виробництва імпортом. Товари, що раніше вироблялися на локальних заводах, після руйнувань виробництв масово надходили з Європи: Польщі, Чехії, Румунії. Йдеться не про преміум-товари, пояснює директор з імпорту MAUDAU Євгеній Ладигін. Сьогодні імпорт тимчасово заміщує товари в категоріях бакалії, побутової хімії та засобів гігієни.

До того ж на рівні споживача формується доволі парадоксальна модель поведінки, яку Ладигін назвав «раціональним гедонізмом». З одного боку, зростає попит на товари тривалого зберігання та базовий імпорт. А з другого — сегмент «доступної розкоші», що включає імпортний алкоголь, якісну каву, професійну доглядову косметику, залишається стабільним.



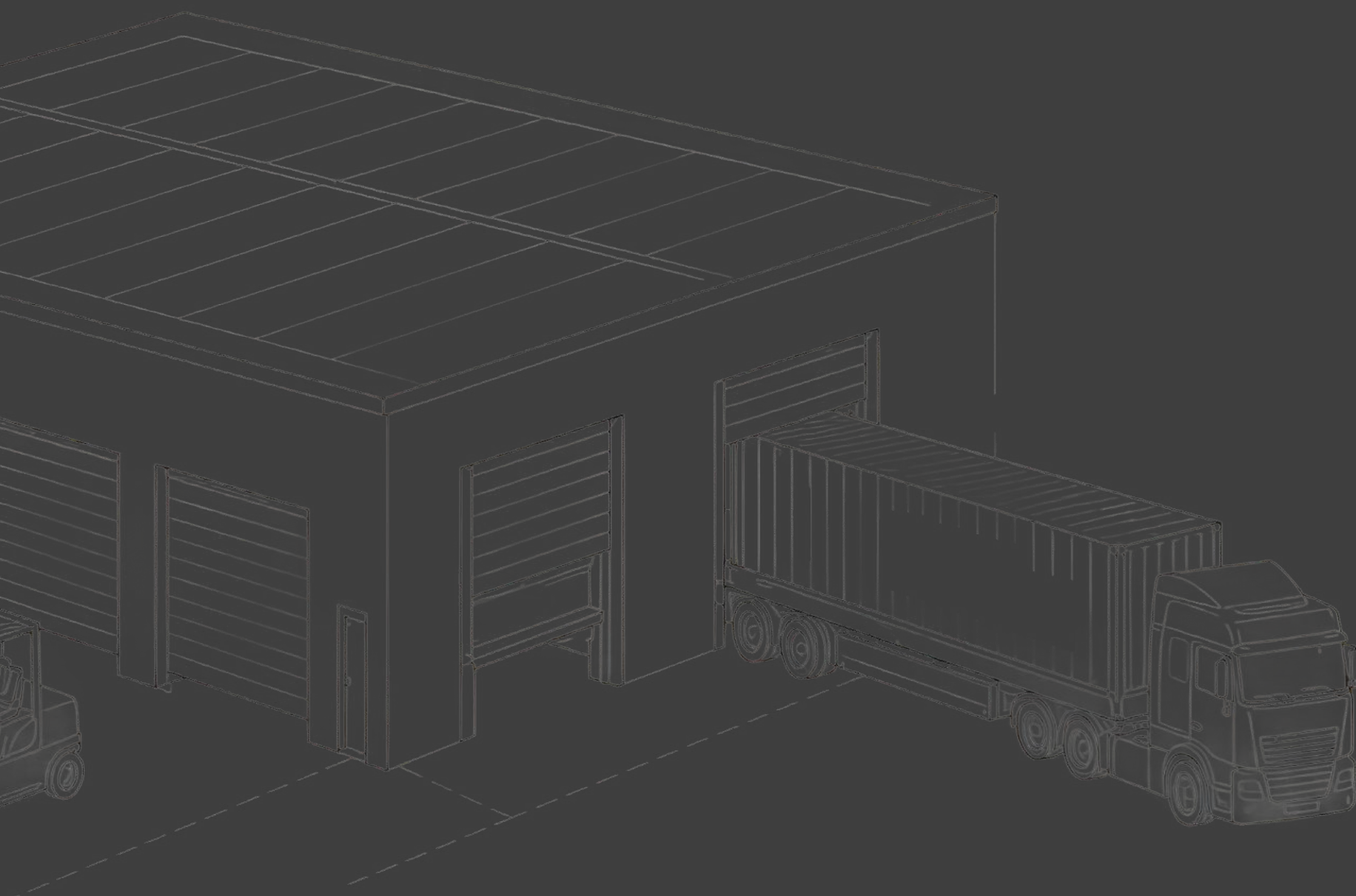
”

«Люди економлять на великих покупках, але готові платити за звичний рівень життя, який забезпечує імпортний сектор FMCG»



Євгеній Ладигін
директор з імпорту MAUDAU

Сезонність, яка зникла в 2022 році, повернулася в новій формі. Класичні піки на свята та сезонні покупки відповідають трендам, що були популярними до 2022 року, але тепер на них накладаються кризові хвилі. Наприклад, під час перебоїв з електро-, тепло- чи водопостачанням швидко зростає попит на відповідні категорії: товари для енергонезалежності, обігрів, теплий одяг, портативні рішення для побуту, розповідають у Prom.



Динаміка нових категорій імпорту (2022–2025)
на основі даних Prom і MAUDAU

Категорія	Підкатегорії / товари	Період	Зміна
Енергонезалежність	повербанки, генератори, зарядні станції	2022–2025	+100% – +350% (хвилеподібно, залежно від ситуації)
Техніка та електроніка	смартфони, ноутбуки, аксесуари	2025 vs 2024	+20%
Побутова техніка (мала)	дрібна побутова техніка	2025 vs 2024	+25%
Автотовари	запчастини, шини, акумулятори	2025 vs 2024	+27%
Мототовари / електротранспорт	електротранспорт, супутні товари	2025 vs 2024	+56%
Товари для дому	освітлення, обігрів, автономні рішення	2025 vs 2024	+20%
Товари для ремонту	матеріали, базові рішення	2025 vs 2024	+33%
Інструменти	ручні та електроінструменти	2025 vs 2024	+41%
Біодобавки та вітаміни	БАДи, вітаміни	2022–2025	стабільне зростання (без конкретного %)
Алкоголь від FMCG-виробників	пиво, міцний алкоголь	щороку	+30–50%



Динаміка нових категорій імпорту (2022–2025)
на основі даних Prom і MAUDAU

Категорія	Підкатегорії / товари	Період	Зміна
Напої	кава, енергетики	щороку	+100–150%
Їжа тривалого зберігання	снеки, консерви, сублімовані продукти	щороку	+100–200%
Дитячі товари	різні категорії	щороку	+30–50%
Побутова хімія	засоби для прання, прибирання	щороку	+50–70%
Догляд / спорт	косметика, спортхарчування	щороку	+50–100%
Зоотовари	корми, аксесуари	щороку	~+50%
Кризові товари (пікові)	освітлення, станції живлення, газові плити	ситуативно	до 10× зростання

Поведінка цих категорій пояснюється не лише зовнішніми тригерами, а й тим, як змінився сам споживач і логіка закупівель. Окремі категорії ростуть завдяки змінам способу життя. Електроніка, мала побутова техніка, частково авто- і мототовари — це наслідок більш мобільного й децентралізованого життя, де багато процесів перемістилися в онлайн або в автономний режим.

«Зростання пов’язане як із потребою оновлення пристроїв, так і з роллю онлайн-роботи, навчання та цифрових сервісів», — коментують у Prom.

Ще один фактор — сервіс і доступність. Онлайн-ритейл фактично розширив сам ринок імпорту: користувач отримує доступ до ширшого асортименту, включно з нішевими або новими товарами, які раніше вимагали окремого пошуку. Це особливо впливає на зростання категорій догляду, БАДів, спеціалізованих товарів. Отже, частина попиту формується не знизу, а згори:



«Розширення доступного асортименту, включно з різними важливими дрібницями, за якими раніше доводилося ходити в спеціалізовані мережі, збільшує частку таких товарів у кошиках», — пояснює Іван Соловйов, CGO MAUDAU.

Помітна й поведінкова адаптація споживача. Категорії на кшталт їжі тривалого зберігання, інструментів або товарів для дому ростуть не тільки через потребу, а через підготовку до невизначеності.

Також зростає інтерес до альтернативних снеків, зокрема з норі, рису та цільного зерна, діляться у Fozzy Group. Популярні й категорії healthy, веган-продуктів і функціональних товарів з доданою користю, зокрема протеїнові.



«Основні причини такого попиту — зміна споживчих звичок, більший фокус на здоров'ї та якості продуктів, а також бажання різноманіття. Навіть у складні періоди люди шукають нові смаки і досвід, і їжа залишається одним із найдоступніших способів це отримати», —
говорять у Fozzy Group.

Зростає й транскордонний онлайн-шопінг. За даними RAU, українці дедалі активніше купують товари в іноземних інтернет-магазинах: взимку 2025–2026 років понад 60% користувачів здійснили чотири і більше замовлень за кордоном, а основними категоріями стали одяг, взуття, косметика та аксесуари. Паралельно під час блекаутів зростав попит на імпортну портативну електроніку: зарядні станції, павербанки, електричні пледи.

Ритейл під час війни

Попри загальне скорочення економіки, ритейл у 2025 році залишається одним із небагатьох секторів, що демонструє системне зростання. За даними Opendatabot, сумарний виторг компаній-лідерів ринку перевищив 647 млрд грн, що на 22% більше, ніж роком раніше. Водночас поріг входу до топ-10 зріс із 20 млрд грн до 30 млрд грн, що свідчить про концентрацію ринку та посилення великих гравців.

За результати дослідження YC.Market з Retail Association of Ukraine, минулого 2025 року українські ритейлери загалом отримали виторг в 2,09 трлн грн (без ПДВ), що в абсолютних цифрах, тобто без урахування впливу інфляції, перевищило показники 2024-го на 17,6%. Якщо ж врахувати інфляцію, то чистий приріст оборотів галузі становить 9,6%, що суттєво перевищує темпи приросту ВВП.

Втім, до показників 2021 року повернулася лише третина компаній, говорить директор з IT та аналітики Центру розвитку інновацій Михайло Лейченко:

”

«Якщо брати винятково комерційний ритейловий імпорт, більшість бізнесів повернулась до 80–90% від обсягів 2021 року. Але далеко не всі досягли 100%. За моїми оцінками, повноцінно до довоєнних обсягів закупівель повернулось не більш ніж третина бізнесів загалом»



Михайло Лейченко

директор з IT та аналітики Центру розвитку інновацій



У Fozzy Group розповідають, що радикально не змінювали підхід до імпорту і формують асортимент відповідно до потреб споживача, як до повномасштабного вторгнення. Водночас на початку повномасштабної війни імпорт став критично важливим інструментом, який допоміг швидко стабілізувати окремі категорії, де виникали перебої через руйнування інфраструктури, логістики та зупинку виробництв.

За результати дослідження YC.Market з Retail Association of Ukraine, минулого 2025 року українські ритейлери загалом отримали виторг в 2,09 трлн грн (без ПДВ), що в абсолютних цифрах, тобто без урахування впливу інфляції, перевищило показники 2024-го на 17,6%. Якщо ж врахувати інфляцію, то чистий приріст оборотів галузі становить 9,6%, що суттєво перевищує темпи приросту ВВП.

«Наприклад, так було з категорією чаю. На початку повномасштабної війни частина виробничих потужностей, зокрема в Київській області, постраждала або тимчасово не працювала, а сам ринок і до війни значною мірою залежав від імпортної сировини та фасування.

У моменті це призвело до зростання частки імпорту, щоб забезпечити стабільну наявність товару на полиці. Але після відновлення роботи українських виробників і налагодження процесів ми поступово зменшили обсяги імпорту в цій категорії», — кажуть у Fozzy Group.

10 провідних ритейлерів у 2025 році

Компанія	Виторг 2025, млрд грн	Δ до 2024, %	К-сть точок	Динаміка мережі	Головний офіс
 «АТБ»	247,3	+18,4	1320	+67 магазинів у 2025 році	Дніпро
 «Сільпо» (Fozzy Group)	106,1	+14,03	312	+8 супермаркетів у 2025 році	Київ
 «Епіцентр»	88,5	+11,0	70+ (і 380+ точок видачі)*	Розвиток форматів xpress, Food та Home в 2025 році	Київ
 «Аврора»	49,2	+29,7	1800+	+235 магазинів в 2025 році	Опішня
 «Фора» (Fozzy Group)	44,3	+26,9	399	+39 магазинів у 2025 році	Київ
 Аптека «АНЦ»	41,5	+13,7	1620	+242 аптек у 2025 році, розвиток лікоматів (поштоматів)	Київ
 COMFY	39	+11,6	115	+6 магазинів у 2025 році	Дніпро
 Мережа аптек «Подорожник»	36,9	+19,4	2339	+188 аптек у 2025 році	Львів
 NOVUS	34,7	+20	155	+46 нових супермаркетів в 2025 році	Київ
 Metro	33,9	+18	24	—	Київ

Джерело: Opendatabot Index, Opendatabot
Revenue, RAU Analytics, RAU Top-10, Forbes
*Дані за 2024 рік

Продуктовий ритейл

Найстійкішим сегментом залишається продуктовий ритейл. Саме він формує основу ринку: «АТБ-Маркет», «Сільпо» та «Фора» генерують найбільшу частку виторгу та забезпечують системну стабільність. Також RAU вказують на активне зростання мережі «Файно Маркет»:

«У food-ритейлі найшвидше серед великих мереж зростали «Файно Маркет» (+29,7% виторгу у 2025 році), «Фора» (майже +27%), а також АТБ (+18,4%)».

Згідно з Opendatabot, лише «АТБ» акумулює понад третину виторгу першої десятки, а дві мережі Fozzy Group разом формують ще близько чверті. FMCG-мережі є ключовими драйверами відкриття нових точок, особливо в західних і центральних регіонах.



«Загалом в Україні у продовольчому ритейлі працює 2855 компаній, а їхній товарообіг складає майже 776,5 млрд грн. Відповідно на цей сегмент роздрібної торгівлі припадає більш ніж третина загального обороту», — додають у «Дія.Бізнес».

Лідером ринку залишається «АТБ-Маркет» із виторгом 247,35 млрд грн (+18% рік до року), що становить понад третину сукупного виторгу топ-10. Другу позицію стабільно тримає «Сільпо-Фуд» (Fozzy Group) зі 106,07 млрд грн (+14%), до того ж компанія продемонструвала найвище зростання прибутку серед учасників індексу — у 7,5 раза.

Дрогері*

Тим часом найбільшу динаміку демонструють дискаунтери та дрогері (формат магазинів «біля дому»), які спеціалізуються на товарах першої необхідності, що не стосуються їжі: засоби гігієни, побутова хімія, парафармацевтика, косметика й товари для дому та дітей). Приклад «Аврори», яка збільшила виторг на 30% і відкрила 235 нових магазинів за рік, демонструє модель агресивного масштабування через низький чек і високу частоту покупок.

*формат магазинів «біля дому», які спеціалізуються на товарах першої необхідності, що не стосуються їжі: засоби гігієни, побутова хімія, парафармацевтика, косметика й товари для дому та дітей

”

«“Аврора” відкривала новий магазин буквально кожні 14 годин протягом року»,



Михайло Лейченко

директор з IT та аналітики Центру розвитку інновацій

Подібну динаміку показує EVA, яка також входить до топ-10 за виторгом і активно розширює мережу. У даних RAU саме масовий сегмент із доступною ціною забезпечує значну частину приросту торгових площ у регіонах.

Аптеки

Аптечний ритейл також показує зростання — +12–13% в 2025 році, за даними YouControl. Кількість чинних аптек становить 87–88% довоєнного рівня (≈18,1–18,3 тис. станом на початок 2026 року), кажуть у «Дія.Бізнес»:



«За підсумками 2025 року загальний обсяг аптечного продажу (товарооборот) в Україні склав понад 241,3 млрд грн, при цьому реалізація лише лікарських засобів склала приблизно 171,7 млрд грн. Ринок показав зростання, зумовлене переважно інфляційними процесами».

За 2024 рік відкрилось майже 1000 нових аптек, а ринок наближається до 200 мільярдів гривень, додає Лейченко.

Паливо

Паливний ритейл швидко зростає, але має специфічну структуру. Компанія WOG (Petrol Contract) показала зростання на 30% — найвищий показник серед усіх учасників індексу. Водночас цей сегмент має іншу природу попиту і не повністю корелює з класичним споживчим ритейлом, хоча входить до загального рейтингу.

Мода

Фешн-ритейл — також серед ніш, що швидко зростають. Перша десятка компаній у сфері торгівлі одягом, взуттям та аксесуарами наростила свої обороти практично на 40% — з 30,3 млрд грн до 42,7 млрд грн, розповідають у «Дія.Бізнес».

«У fashion дуже сильну динаміку показали LPP Україна / Sinsay (+53,6% виторгу), Inditex Україна (+майже 63%) і Modivo Україна (+80%, майже подвоєння обороту)», — коментують у RAU.



«Серед причин такого росту — відкладений попит після глибокого спаду сегменту в 2022–2023 роках»



Роман Корнилюк
фінансовий аналітик YouControl

Електроніка

Сегмент електроніки та техніки демонструє помірне зростання, але значно слабшу фінансову ефективність. COMFY збільшує виторг на майже 12%, однак прибуток компанії скорочується майже вдвічі. Зрештою, ця ніша зберігає обсяги продажів, але працює з нижчою маржею порівняно з FMCG і дискаунтерами.



«У техніці та електроніці помітно виросли «Фокстрот» (+29,7%), Comfy (+11,7%), а також iSpace і KTC (+27,3%)», — RAU.

Е-commerce: український ринок

Е-commerce у класичному вигляді перестає бути окремою зоною швидкого зростання. За даними [Opendatabot](#), Rozetka демонструє стагнацію виторгу (+1%) і збиток, що призводить до падіння в рейтингу. Онлайн-ритейл більше не дає автоматичної переваги та інтегрується в загальну омніканальну модель, де вирішальне значення має логістика та операційна ефективність.

Водночас власники компанії Rozetka наголошують на лідерстві в сегменті е-commerce та зростанні загальних показників, що може свідчити про перерозподіл ресурсів всередині екосистеми й розвиток маркетплейса.

Загалом перша двадцятка ритейлерів забезпечила 45% обороту галузі, або 949,3 млрд грн, діляться у RAU. Асоціація називає чотири фактори, які забезпечили лідерам зростання:

- 01 Експансія в регіони, особливо в безпечніші або недонасичені міста, де зросла чисельність населення-споживачів через переселенців.
- 02 Ставка на сильну цінову пропозицію в умовах, коли покупець став більш раціональним.
- 03 Омніканальність і швидка логістика.
- 04 Переформатування магазинів й адаптація асортименту під нову структуру попиту.

”

«RAU фіксує загальне розширення мереж: тільки у food-сегменті у 2025 році відкрито 502 нові точки, а чистий приріст склав 366 магазинів, що підтверджує загальний тренд на масштабування, а не на згортання бізнесу», — додають в Асоціації.

E-commerce: вихід на міжнародний ринок

Кирило Донекін, директор департаменту з міжнародних продажів «Нової пошти», каже, що після 2022 року компанія лише пришвидшила свою міжнародну експансію.



«Ми фактично пішли за українцями: розширюючи свою присутність там, куди через війну були змушені переїхати мільйони наших громадян. Водночас розвивали міжнародну доставку, щоб підтримати український бізнес, який почав шукати нові ринки збуту за кордоном. У 2022 році запустили послугу, яка стала критично важливою — можливість відправляти особисті речі з України. Саме тоді сервіс “Речі з дому” став одним із ключових продуктів, що допоміг українцям облаштовуватися в інших країнах»



Кирило Донекін

директор департаменту з міжнародних продажів
«Нової пошти»

Починаючи з 2024 року, у «Новій пошті» спостерігають зміну структури попиту. Компанія активно нарощує обсяги міжнародних бізнес-відправлень — від документів і відправлень банківського сектору до товарів українського e-commerce та виробів hand-made.

Загалом міжнародний напрямок демонструє стабільне зростання: у 2025 році Nova Post доставила 13,2 млн міжнародних відправлень (це і експорт, і імпорт). Наразі імпортні відправлення в компанії все ще переважають над експортними. Водночас обсяги експорту з України через «Нову пошту» демонструють швидке зростання — за останні роки збільшилися майже вдвічі. Протягом січня 2026 було доставлено на 84% більше експорту та на 50% більше імпорту порівняно із січнем минулого 2025 року.



«Така структура характерна загалом для українського ринку міжнародної доставки. Це пояснюється різницею в умовах торгівлі, митних процедурах та масштабі імпорту товарів в Україну порівняно з обсягами експорту. Наша стратегічна мета — поступово скорочувати цей розрив і нарощувати обсяги експорту, щоб українські товари ставали більш доступними на міжнародних ринках», — пояснює Кирило Донекін.

Сьогодні ключовими напрямками міжнародної доставки посилок для українських клієнтів і бізнесу є такі країни, як США (найпопулярніша), Польща, Німеччина та Чехія. Ці ринки залишаються ключовими як для B2C-відправлень від приватних клієнтів, так і для B2B-експорту українських товарів, каже експерт. Зараз «Нова пошта» представлена в 16 країнах, мережа сервісних точок перевищує 130 000.

Більшість міжнародних відправлень формує саме малий і середній бізнес. Передусім йдеться про українські бренди, які пропонують авторський дизайн, власні колекції або кастомні продукти. Значна частина таких відправлень припадає на:

- моду;
- дизайн інтер'єру;
- подарункові товари;
- книги;
- ювелірні вироби;
- косметику;
- окремі категорії харчових продуктів.

Це зовсім інший сегмент, ніж масові товари на кшталт китайської техніки, яка вже конкурує на європейських і світових ринках. Зростання частки міжнародних відправлень від малого і середнього бізнесу свідчить про те, що логістика стає ключовим інструментом підтримки українського експорту та розвитку брендів за кордоном.

Під час міжнародної експансії «Нова пошта» стикається з викликами, більшість з яких пов'язані із зовнішніми факторами:

- змінами митного законодавства;
- регуляторними вимогами різних країн;
- коливанням вартості палива та валютних курсів;
- обмеженнями в глобальній логістичній інфраструктурі.

”

«Проте це просто нові правила гри і ми їх приймаємо. В умовах війни одним із ключових факторів залишається закритий повітряний простір України. Але “Нова пошта” із самого початку повномасштабного вторгнення швидко адаптувалася до нових реалій: перебудовує логістичні маршрути, автоматизує сортування та розширює власну міжнародну інфраструктуру, що дозволяє значно пришвидшувати логістику»



Кирило Донекін

директор департаменту з міжнародних продажів
«Нової пошти»

Імпорт і ритейл

У структурі українського ритейлу імпорт сьогодні залишається критичною основою для цілих категорій товарів. Передусім це техніка та електроніка, значна частина fashion-асортименту, товарів для дому, побутової хімії та косметики, а також більшості non-food сегментів.



У цих нішах локальне виробництво або не покриває попит, або не забезпечує достатньої ширини асортименту, кажуть у RAU. Це підтверджується і митною статистикою: у 2025 році загальний імпорт сягнув \$84,8 млрд, з яких найбільші обсяги припали на машини, устаткування та транспорт (\$34,1 млрд), продукцію хімічної промисловості (\$12,5 млрд) і паливно-енергетичні товари (\$10,5 млрд).

«Найбільший ефект у плані масштабування бізнесу в Україні на основі імпорту компонентів і сировини отримав сектор машинобудування, зокрема у сфері виробництва дронів і літальних апаратів.

Також імпорт в окремих товарних сегментах дозволив утримати необхідні рівні продовольчої та енергетичної безпеки, зокрема, якщо згадати про заміщення продукції втрачених під час воєнних дій підприємств у сфері виробництва солі чи нафтопродуктів. Вагому складову в товарному імпорті тепер займають генератори, акумулятори та інше енергообладнання»



Роман Корнилюк

фінансовий аналітик YouControl

Бізнес стає більш чутливим до валютних коливань, змушений диверсифікувати постачання, тримати резерви по критичних SKU* та обережніше управляти запасами. Після 2022 року компанії значно уважніше працюють із шириною асортименту, оборотністю складу та швидкістю поповнення.

«Для споживчого ринку це означає, що компанії намагаються зберегти баланс між доступною ціною і стабільністю постачання, а не просто “завозити якомога більше”», — зазначає RAU.

Після 2022 року імпорт стає частиною стійкості бізнес-моделі:



«Висока інтеграція з європейським і світовим ринком та якісна логістика захищають від тривалого дефіциту товарів і наслідків війни — зокрема ураження виробництв чи логістичних центрів. Це внесок ритейлу в сталість критичної інфраструктури, продовольчу безпеку та постачання базових товарів населенню», — RAU.

На рівні асортименту зміни ще помітніші: ритейлери зменшують залежність від одного постачальника чи маршруту, працюють із кількома джерелами та обережніше формують довгі сезонні запаси. Лідирує той, хто може швидко адаптувати пропозицію під попит і тримати баланс між ціною та наявністю товару.

«Зростання таких форматів, як Sinsay, JYSK або техноритейлерів, показує: виграє той, хто не просто імпортує, а швидко оновлює товар, тримає конкурентну ціну і гнучко керує запасами», — кажуть в RAU.

*Stock Keeping Unit — ідентифікатор товарної позиції, який використовують у торгівлі для відстеження статистики по реалізованих товарах/послугах

Ритейлери, що зросли на фоні повномасштабної війни: три кейси

Зростання великих ритейлерів у 2022–2025 роках не можна пояснити лише імпортом. Ключову роль відіграло поєднання кількох факторів: стабільний доступ до імпортного асортименту, правильне цінове позиціонування, оптимізація логістики та чітко вибудований формат мережі, кажуть RAU.

Найяскравіший приклад — Sinsay (LPP).

Якщо у 2021 році мережа налічувала 33 магазини, то станом на жовтень 2025 року їх уже близько 330. Лише за 2024 рік відкрито 153 нові точки, а у 2025-му — ще 144. Така динаміка стала можливою завдяки стандартизованому імпортному асортименту, частому оновленню колекцій і роботі в сегменті «середній мінус». Важливу роль відіграла й експансія за межі великих міст — мережа виходила в менші населені пункти.

Другий кейс — JYSK. На початок 2026 року компанія має 112 магазинів у 38 містах України. У 2025 році мережа відкрила 9 нових локацій і водночас оновила ще 12 старих точок. Тут зростання забезпечила не лише географічна експансія, а й стабільно працюючий імпортний ланцюг товарів для дому, який поєднується з уніфікованим форматом і фокусом на якості торгового простору.

Примітка: найбільший конкурент JYSK — IKEA — так і не повернулась на український ринок після закриття в 2022 році через безпекові фактори.

У сегменті техніки та електроніки показовим є кейс Comfy. Це категорія, де залежність від імпорту є базовою умовою існування бізнесу, тому ключову роль відіграє не просто наявність товару, а швидкість поставок, ширина міжнародного асортименту та омніканальність. Comfy зберіг позицію лідера з виторгом 39 млрд грн, тоді як сумарний виторг топ-10 гравців техноритейлу зріс із 77,5 млрд грн до 87,7 млрд грн. Це свідчить про те, що компанії, які змогли стабільно працювати з імпортом і підтримувати безперервність поставок, отримали перевагу в масштабуванні.

Імпорт комплектуючих і локальна збірка

Попит на комплектуючі зростає разом із поступовим переходом від імпорту готових товарів до локальної збірки. Найчастіше імпортують електронні модулі, вузли для машин, механічні деталі чи платформи для складання, які вже в Україні збирають у фінальний продукт.

”

«Українські компанії дедалі більше імпортують компоненти для локального виробництва та збірки, особливо у сферах електроніки, машинобудування та промислового обладнання» — коментують UTEC Logistics.

Це дає бізнесу більше гнучкості: компанії менше залежать від готових рішень, економлять на логістиці й можуть підлаштовувати виробництво під конкретний попит. Така модель вигідна через високу вартість готової продукції, а також тому, що швидше реагує на зміни попиту. Водночас імпорт готового обладнання залишається стабільно високим, особливо в промисловому сегменті.

Паралельно змінюється і структура самих імпортерів. В імпорт заходить більше малих і середніх гравців, які не купують готовий продукт великими партіями, а працюють із компонентами — під власну збірку або невеликі виробництва.

”

«Попит на консолідацію та збірні вантажі від дрібних імпортерів у 2025 році зріс приблизно на 18–20%. Але попит на готове обладнання, особливо промислове, також зберігається»,
— пояснюють UTEC Logistics.

Динаміка імпорту комплектуючих і деталей (2022–2025)

Код	Підкатегорія	2022, тис. \$	2023, тис. \$	2024, тис. \$	2025, тис. \$	Зміна 2022-2025
8431	Частини для обладнання	42 588 029	27 868 347	61 753 000	62 270 000	+46,2%
8483	Механізми передачі	131 349 290	86 221 760	198 065 000	229 502 000	+75%
8529	Частини для апаратури	22 103 711	19 031 054	123 542 000	229 625 000	+939%
8538	Частини для апаратури	81 331 931	53 042 026	101 288 000	132 779 000	+63%
8541	Напівпровідники	105 372 296	74 810 967	334 749 000	547 293 000	+419%
8542	Інтегровані схеми	233 329 487	142 251 357	255 546 000	356 459 000	+53%
8708	Частини транспортних засобів	404 956 624	317 121 345	669 736 000	741 404 000	+83%

Джерело: Державна митна служба України

Досвід українських виробників показує, що перехід до локальної збірки відбувається не як єдина стратегія, а як відповідь на зміну ринку, доступу до компонентів і фінансових умов. До того ж компанії приходять до цієї моделі з різних точок — від прямого імпорту до поступової локалізації.

У Drone Space Labs початкова модель будувалася на прямому імпорті компонентів у межах довгострокових контрактів із державним замовником. Ключовими позиціями були мотори та електроніка для безпілотників, а сама модель вимагала стабільності: передбачуваного попиту, чітких графіків і авансування.

Це була класична імпортна модель із довгим циклом: значні обігові кошти «заморожувалися» від моменту закупівлі компонентів до постачання готового виробу й отримання оплати. Вона працювала лише за умов контрольованих ризиків і прогнозованих строків.

Після зміни структури оборонних закупівель компанія змушена була перебудуватися. Через перехід до короткострокових контрактів на невеликі партії та кастомізовані рішення планувати довгостроково не виходило.

”

«Оскільки короткострокові контракти, як правило, не передбачають авансування, модель прямого імпорту втратила актуальність: без достатніх оборотних коштів вона просто не працює», — кажуть у Drone Space Labs.

У результаті Drone Space Labs перейшли до роботи через локальних дистриб'юторів. Це підвищило собівартість продукції, але суттєво скоротило виробничий цикл: «Сьогодні компанія здатна виготовити продукцію протягом двох тижнів з моменту отримання замовлення — навіть без залишків компонентів на складі».

Розвиток локального ринку комплектуючих дозволяє залишати більше коштів у країні: «Дедалі більше вітчизняних виробників запускають випуск комплектуючих для дронів і деякі з них уже перевершують китайські аналоги, адаптовані до умов реального бойового застосування. Залишаючи кошти всередині країни та працюючи з українськими постачальниками, компанія робить свій внесок у підтримку вітчизняної економіки», — додають у компанії.

Тим часом у Odd Systems модель від початку більш гібридна: компанія поєднує імпорт і локальне виробництво, балансуючи між глобальними технологіями та контролем над продуктом.

Частина компонентів уже виробляється в Україні: двигуни, контролери, відеопередавачі, рами, батареї, камери. Водночас критичні елементи імпортують, йдеться про одноплатні комп'ютери, окремі типи двигунів, цифрові відеосистеми, приймачі, пульти керування та низку дрібних комплектуючих.

Сам процес збірки є повноцінним виробництво: пайка, механічне складання, контроль якості і фінальне тестування з обльотом.

”

«Ця модель дає баланс між доступом до глобальних технологій і контролем над продуктом»,



Андрій Таганський

директор бізнесу камер (Director of Cameras Business) в Odd Systems.

Імпорт компонентів дозволяє використовувати вже масштабовані рішення, які виробляються мільйонами, і не інвестувати десятки мільйонів у їх розробку з нуля. А ще — локальна збірка дає контроль якості і поведінки продукту в реальних умовах: «Ми не залежимо від “чорної скриньки” постачальника».

Але головна перевага — швидкість адаптації, пояснюють у Odd Systems. «Ми можемо швидко змінювати продукти під конкретні бойові сценарії. Цикл “запит → зміна → тест” займає тижні, а не місяці».

У промисловому сегменті додається інженерна локалізація. Йдеться про повний цикл створення рішення всередині країни з імпортних компонентів. Як пояснюють в INFOCOM Ltd, компанії, що спеціалізується на промисловій автоматизації, поєднує імпорт обладнання з власним виробництвом та інженерією: проєктуванням, збіркою, розробкою програмного забезпечення, а інтеграція та пусконаладжувальні роботи виконуються як комплексна послуга.

Навіть при використанні імпортних компонентів кінцева цінність створюється локально — через адаптацію системи під конкретну інфраструктуру клієнта. При цьому готові рішення як такі майже не використовуються: «Ми складаємо власні рішення за допомогою компонентів і намагаємось зробити так, щоб обладнання працювало довше і надійніше».

У такій моделі імпорт — це не альтернатива локальному виробництву, а його частина: компанії працюють із глобальними вендорами (переважно європейськими), але зберігають контроль над фінальним продуктом. Це дає прогнозованість і якість, хоча водночас ринок поступово тестує і локальні альтернативи для зниження витрат.

Показово, що локальна збірка тут не пов’язана з обхідними схемами чи митними бар’єрами. Її використовують для гнучкості, щоб адаптувати рішення під бюджет, дедлайни та доступність компонентів, у тому числі через заміну обладнання або пошук альтернатив у процесі реалізації.

Локалізація виробництв

Паралельно з розвитком локальної збірки в Україні формується більш довгостроковий тренд — локалізація виробництва. На рівні економіки це проявляється як поява власних виробничих потужностей.



«Локалізація — це, мабуть, найбільш несподіваний феномен останніх років. До 2022-го це було гасло без реального наповнення, а сьогодні в індустріальних парках збудовано або будується 37 заводів»



Михайло Лейченко

директор з ІТ та аналітики Центру розвитку інновацій

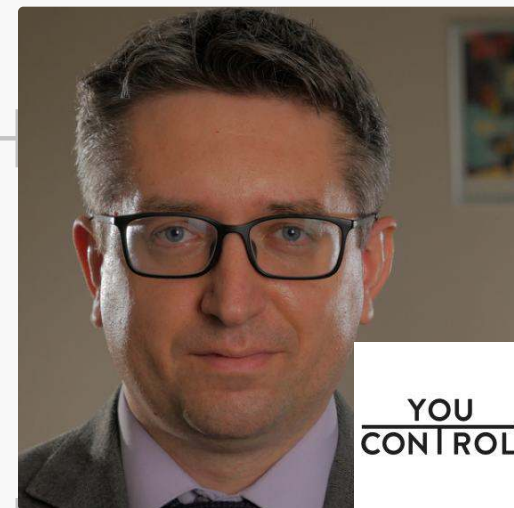
Цю цифру підтверджує й Міністерство економіки, довкілля та сільського господарства. За їхніми даними, впродовж 2025 року 35 суб'єктів господарювання набули статусу учасника індустріального парку.

Серед інвесторів — великі міжнародні компанії: Saint-Gobain, Kingspan, Kronospan, Unilever. Факторами цього зсуву стали державні програми (зокрема «Зроблено в Україні» з вимогами локального компоненту), доступ до індустріальних парків і базова логіка ринку — хто першим локалізується, той займає нішу.



”

«За нашими оцінками практика локалізації набуває поширення під тиском геополітичних ризиків і необхідності побудови стійких ланцюгів постачання. Але подальші темпи будуть залежати від динаміки валютного курсу і курсової стабільності. Чим більше девальваційного та геополітичного тиску — тим більша схильність економіки до локалізації»



Роман Корнилюк
фінансовий аналітик YouControl

Водночас цей процес має обмеження: безпекові ризики, дефіцит кадрів і вартість фінансування, зазначає Левченко.

Як програма «Зроблено в Україні» вплинула на імпортозаміщення. Дані Мінекономіки

Станом на березень 2026 року до програми долучилися 1977 виробників і 1413 продавців; зареєстровано 420,8 тисяч українських товарів. Загальна сума виплаченого кешбеку за програмою «Національний кешбек» з жовтня 2024 року склала 6,7 млрд грн, а програмою користуються понад 4 млн громадян. Ці кошти, як стверджують у Мінекономіки, повертаються в економіку через оплату комунальних послуг, квитків і нові покупки українських товарів.

Сільгосптехніка: У період з грудня 2024-го по листопад 2025 року 5181 аграрне підприємство придбало 8455 одиниць української техніки на суму понад 5,74 млрд грн.

Машинобудування: Кількість вітчизняних заводів, чия техніка (колісна, будівельна, енергетична) підлягає компенсації, зросла з 19 підприємств у 2024 році до 44 підприємств у 2025 році, а асортимент товарів збільшився з 447 до 1208 позицій.

Промислове обладнання: За рік (грудень 2024 – листопад 2025) за програмою 15-відсоткової компенсації виробники придбали 317 одиниць обладнання на 818,2 млн грн.

Дані визначають новий тренд — пріоритетність українського виробника:

- Зростання локалізації: Очікувана вартість закупівель із вимогою локалізації (використання українських компонентів) зросла, за даними державного підприємства «Прозорро», на 109,83% у 2025 році порівняно з 2024 роком — з 75,6 млрд грн до 158,7 млрд грн.
- Кількість тендерів: Кількість лотів із вимогою локалізації зросла на 46,6% (до 12 177 лотів), що стимулює імпортерів переходити до часткового збирання або виробництва товарів в Україні.

Географічна реконфігурація ритейлу

Географія ритейлу суттєво змінилася. Західні області — передусім Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська — головний простір експансії. Саме тут відкривається значна частина нових магазинів, що відображає як внутрішню міграцію населення, так і переорієнтацію логістичних потоків. Центральні регіони, зокрема Київ і Дніпро, демонструють стабілізацію та оптимізацію мереж, тоді як Схід і Південь залишаються зонами часткового відновлення або скорочення присутності.

Динаміка ритейлу за регіонами в 2025 році

Регіон	Відкрито	Закрито
Захід	+771	-182
Центр	+1170	-354
Південь	+222	-70
Схід	+53	-66

Джерело: RAU Analytics

Географічна структура імпорту України у 2022–2025 роках змінюється не стільки через появу нових партнерів, скільки через переосмислення наявних ролей. Після початку повномасштабної війни відбувається різка перебудова логістики, і це безпосередньо впливає на статистику зовнішньої торгівлі. У результаті формується модель, у якій домінують два макрорегіони — Європа та Азія, що разом забезпечують до 85–90% імпорту. Вплив інших регіонів на загальну структуру залишається обмеженим.

Географічна структура імпорту за макрорегіонами (2022–2025)

Регіон	2022	2023	2024	2025
ЄС	~45–50%	51% (\$32,6 млрд)	~50–51% (\$35,7 млрд)	~46–47% (\$39,6 млрд)
Азія	~30–35%	35% (\$22,3 млрд)	36% (\$25,7 млрд)	39% (\$33,4 млрд)
Америка	~10%	6% (\$4,0 млрд)	6–7% (\$4,7 млрд)	~7% (\$6,1 млрд)
Пострадянські країни	~14%	~2%	~1%	<1%

Джерело: Державна митна служба України

Роман Лесько, митний брокер, каже, що більшість товарів в Україну сьогодні імпортують — з європейських країн і Китаю через порти в ЄС.

”

«3 основних змін — з квітня 2022-го повне ембарго на товари з рф. Часткова заборона на певні товари діяла з 2016 року. Також на товари-аналоги, які виробляються в рф та Білорусі, але їхні аналоги завозяться з інших країн, стають суворими засоби контролю. Наприклад, на початку 2024 року потяги з мінеральними добривами походженням з Польщі вимушені були стояти на простої через заходи контролю підтвердження країни походження»,



Роман Лесько

приватний митний брокер

Серед країн, які не підпадають під санкції, продовжує митний брокер, в основному діють правила конкуренції, тому хто дасть нижчу ціну, той і зможе продавати більше свого товару. Тут поза конкуренцією Китай, його товари дешеві і, попри високі логістичні витрати, можуть конкурувати з європейськими товарами.

У 2022 році Європейський Союз формує майже половину імпорту України, хоча це значення ще коливається в межах 45–50%. Уже в 2023 році частка ЄС зростає до 51% — пікове значення за весь період. У структурі топ-10 країн у 2024–2025 роках 7 із 10 — європейські. Це зростання пов'язане зі збільшенням торгівлі з європейськими виробниками, але не лише. Європа значною мірою стає основним каналом постачання товарів з усього світу через обмеження морської логістики та перебудову маршрутів.

”

«Руйнування виробництв всередині країни, особливо в категоріях бакалії, побутової хімії та засобів гігієни, змусило оперативно шукати заміну на європейських ринках. Те, що раніше вироблялося в Україні, тепер часто надходить із Польщі, Чехії чи Румунії. Це змінило частку імпорту в обороті на користь категорій “першої необхідності”, де раніше домінував локальний продукт»



Євгеній Ладигін
директор з імпорту MAUDAU

У 2024 році частка ЄС стабілізується на рівні приблизно половини імпорту, а у 2025-му дещо знижується до 46–47%. Це свідчить про поступове відновлення альтернативних каналів постачання. Європейський напрямок зберігає ключову функцію, але вже не демонструє такого різкого зростання, як у перший рік після перебудови логістики.

Паралельно з активним імпортом з ЄС закріплюється відбувається послідовне зростання частки Азії. Якщо у 2022 році вона становить приблизно 30–35%, то у 2023 році зростає до 35%, у 2024 — до 36%, а у 2025 році досягає 39%.

Ключову роль у цьому процесі відіграє Китай. У 2022 році імпорт із Китаю становить \$8,7 млрд і займає 14,6% у загальній структурі. Уже в 2023 році ці показники зростають до \$10,4 млрд і 16,4%, у 2024-му — до \$14,36 млрд і 20,3%, а у 2025 році досягають \$19,23 млрд і 22,7%. За три роки Китай фактично подвоює свою присутність в українському імпорті, перетворюючись на беззаперечного лідера серед країн-постачальників. Майже кожен четвертий долар імпорту України припадає саме на китайські товари.



«Весь основний товар, який продається в Україні, — це товар з Китаю», — коментують Done.

Динаміка топкраїн імпорту України (2022–2025)

(млрд \$, річна зміна до попереднього року)

Країна	2022	2023	2024	2025
 Китай	8,7	10,44 (↑ 20%)	14,36 (↑ 37%)	19,23 (↑ 34%)
 Польща	5,55	6,61 (↑ 19%)	6,97 (↑ 5%)	7,96 (↑ 14%)
 Німеччина	4,45	4,89 (↑ 10%)	5,38 (↑ 10%)	6,62 (↑ 23%)
 Туреччина	3,36	4,72 (↑ 40%)	4,24 (↓ 10%)	6,22 (↑ 47%)
 США	2,18	2,82 (↑ 30%)	3,47 (↑ 23%)	4,63 (↑ 33%)
 Італія	1,80	2,28 (↑ 27%)	2,58 (↑ 13%)	2,74 (↑ 6%)
 Чехія	1,54	1,78 (↑ 16%)	2,47 (↑ 39%)	2,41 (↓ 2%)
 Словаччина	—	1,82 (new)	2,00 (↑ 10%)	2,24 (↑ 12%)
 Франція	1,23	—	—	2,14 (return)
 Угорщина	—	—	—	2,03 (new)
 Румунія	1,51	—	1,71 (↑ 13%)	—
 Болгарія	—	2,22 (new)	2,36 (↑ 6%)	—
 Індія	1,69	1,88 (↑ 11%)	—	—

Джерело: Державна митна служба України

*прочерк означає, що країна не входила до топ-10 імпорту у відповідному році

За словами митного брокера Романа Леська, багато європейських виробників переносять свої виробництва в Китай через дешевше виробництво, тому формально виробник — європейська фірма, але країна походження — Китай. Наприклад, авто Volkswagen ID.4 та Volvo S90, виробництво яких перенесли зі Швеції до Китаю.

Обсяги імпорту з Китаю за 2025 рік охоплюють широкий спектр товарів, де за сумарною вартістю лідирує категорія машин та обладнання.

Найменування товарної галузі	Вага, тонн	Вартість, тис. \$
Машини, устаткування та транспорт	856 636,7	13 427 352,4
Продукція хімічної промисловості, каучук	1 080 206,5	1 908 452,1
Метали та вироби з них	550 265,6	1 296 266,8
Текстиль, текстильні вироби, взуття	163 136,9	1 050 268,7
Інші товари	114 092,9	692 253,1
Вироби з каміння, скла, кераміка	120 249,0	340 268,1
Продовольчі товари та продукція с/г	136 036,2	258 244,2
Деревина та целюлозно-паперові вироби	84 616,2	139 317,2
Шкірсировина, хутро та вироби з них	15 015,4	104 719,4
Мінеральні продукти	17 626,0	13 155,7
Паливно-енергетичні товари	5 641,1	8 766,8

Джерело: Державна митна служба України

Загальна вартість імпортованих з Китаю товарів у 2025 році за вказаними категоріями становить понад \$19,2 млрд.

Це зростання відбувається в умовах значно складнішої логістики, ніж до 2022 року. За оцінками UTEC Logistics, більшість вантажів із Китаю сьогодні рухається через європейські хаби, передусім через Польщу. Ця країна стабільно посідає друге місце серед постачальників і нарощує обсяги імпорту з \$5,55 млрд у 2022 році до майже \$8 млрд у 2025 році. Її роль визначається не лише обсягом, а функцією в логістиці. Через Польщу проходять товари з Азії, європейська продукція паливо та енергоносії, а також гуманітарні вантажі.

”

«Приблизно 86% вантажів зараз надходять за схемою “авіа до Варшави + авто до Києва”», — кажуть в UTEC Logistics.

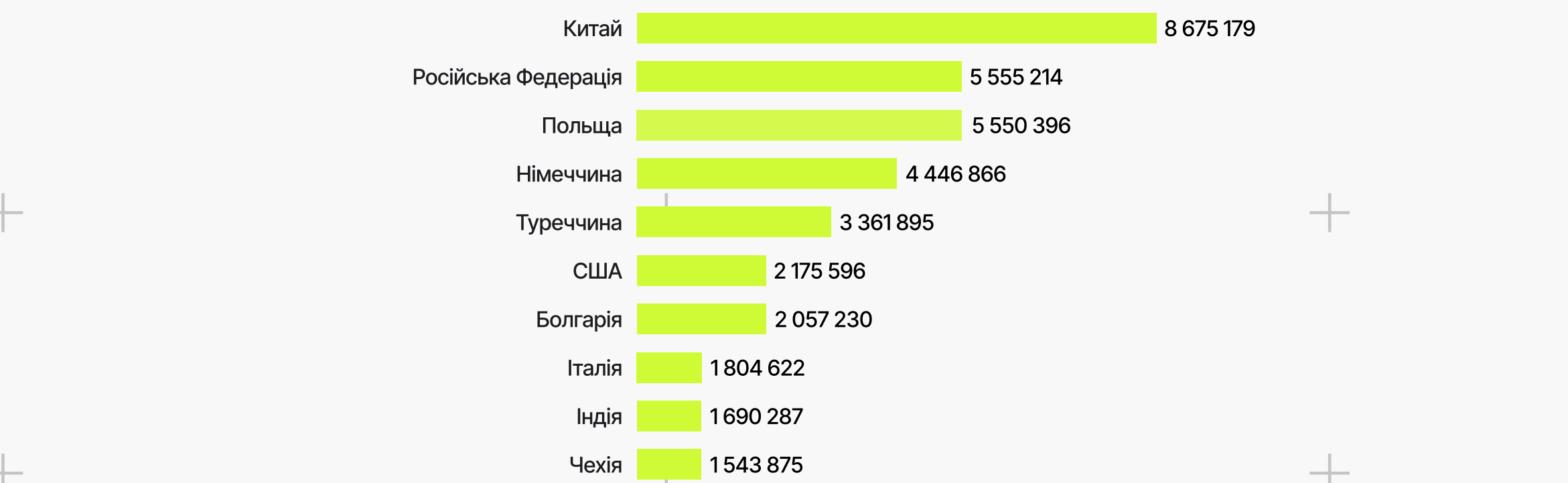
За січень-березень 2026 року через кордон із Польщею пройшла найбільша кількість транспортних засобів (1,01 млн од.) і товарів (7,38 млн тонн), за даними Держмитслужби. Румунія залишається також активною — 310 000 транспортних засобів та 3,27 млн тонн товарів. Через кордон із Молдовою пройшло 2,11 млн тонн товарів.

Це відображає загальну перебудову логістичних маршрутів після 2022 року. На початку повномасштабної війни постачання з Азії переорієнтовуються на європейські хаби — Варшаву, Лейпциг, Амстердам, Гданськ чи Констанцу — з подальшою доставкою автомобільним транспортом в Україну.

У наступні роки ця модель не лише зберігається, а й оптимізується: мережа маршрутів розширюється, з'являється більше точок входу в ЄС, а морські постачання стабілізуються через регулярні порти. У результаті Польща закріплюється як ключовий транзитний вузол, через який проходить значна частина імпорту незалежно від країни походження товару. Європа стає інфраструктурною платформою для імпорту.

Така схема змінює географічне «обличчя» імпорту, оскільки китайські товари часто статистично фіксуються як імпорт із країн ЄС. Це частково пояснює одночасне зростання ролі Європи та Китаю в загальній структурі.

Рейтинг країн імпорту 2022, тис. \$

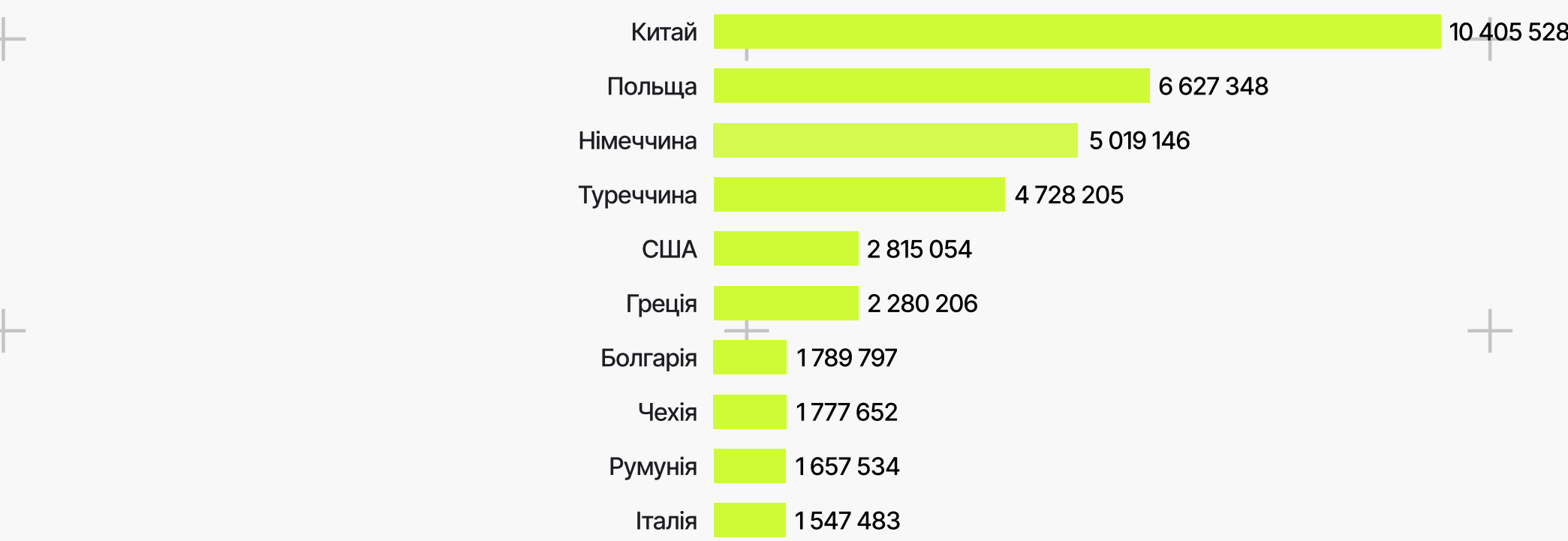


Примітка:
У грудні 2022 року було проведено митне оформлення значного обсягу газу (ввезеного у 2014–2016 роках), що вплинуло на показники імпорту. Показник імпорту за грудень 2022 року включає значний обсяг газу (товарна позиція 2711), який фактично був ввезений ще у 2014–2016 роках, але митне оформлення пройшов лише наприкінці 2022 року.

Також для кожної країни вказана її питома вага — це відсоток імпорту з конкретної країни у загальному обсязі ввезень в Україну. Наприклад, найбільшу частку в імпорті займав Китай — 14,58% (\$8 675 179\$ тис.).

Сумарний обсяг по всіх позиціях відповідає загальному підсумку в 59 506 436 тис. дол. США

Рейтинг країн імпорту 2023, тис. \$



Загальний підсумок імпорту за 2023 рік: 63 518 443 тис. дол. США.

Рейтинг країн імпорту 2024, тис. \$



Загальна сума імпорту за рік склала 70 709 119 тис. дол. США.

Рейтинг країн імпорту 2025, тис. \$



Загальний підсумок імпорту за 2025 рік: 84 824 504 тис. дол. США.

Рейтинг країн імпорту в січні 2026, тис. \$



Загальний підсумок імпорту за січень 2026 року: 6 682 094 тис. дол. США.

Топ-10 категорій імпорту товарів в 2021, тис. \$



Топ-10 категорій імпорту товарів в 2022, тис. \$



Примітка: у сумі по газу (2711) враховано обсяги, що були фактично ввезені у 2014-2016 роках, але юридично оформлені у грудні 2022 року, про що є застереження в самому документі.

55 269 018 тис. дол. США (або приблизно \$55,27 млрд).

Топ-10 категорій імпорту товарів в 2024, тис. \$



Загальна вартість імпорту (2024): ~\$69 450 000 тис.

Топ-10 категорій імпорту товарів в 2023, млрд \$



Загальна вартість імпорту (2023): ~\$63,5 млрд.

Топ-10 категорій імпорту товарів в 2025, тис. \$



Загальна вартість імпорту в Україну за 2025 рік: ~\$74 650 000 тис.

Чи можуть інші країни Азії замінити Китай на ринку імпорту

Попри зростання інтересу до альтернативних ринків, Китай поки що не має повноцінної заміни. За даними UTEC Logistics, український бізнес поступово тестує такі напрямки, як В'єтнам, Індія чи Індонезія, однак ці ринки залишаються нішевими:

”

«Зростання запитів на логістику з В'єтнаму, Індії та Індонезії є, але ці ринки поки що не стали масовими через сильну конкуренцію з Китаєм. Інші фактори, які уповільнюють розвиток, — логістичні складнощі, сертифікація продукції та мовний бар'єр. Проте це питання лише часу й обсяги можуть зрости», — зазначають в UTEC Logistics.

За словами представника Посольства В'єтнаму в Україні, в останні роки двостороння торгівля між В'єтнамом та Україною демонструє відновлення після періоду перебоїв, спричинених геополітичними та глобальними економічними коливаннями. Так, у 2023 році оборот двосторонньої торгівлі досяг приблизно \$592 млн; у 2024 році він зріс до \$856 млн; а до 2025 року перевищив позначку в \$1 млрд.

«Це відображає відновлення довіри до ринку, адаптивність бізнес-спільнот обох країн та ефективність зусиль щодо підтримання економічних зв'язків у складних умовах», — вважають у Посольстві.

Структура двосторонньої торгівлі поступово диверсифікується. Якщо раніше обмін товарами зосереджувався на низці традиційних груп товарів, зараз поширився й на нові сфери, включаючи товари широкого вжитку, сировину та продукцію для промислового виробництва.

Розширюються й канали і співпраці — від традиційної торгівлі до більш сучасних форм, як:

- електронна комерція;
- прямі партнерські відносини між підприємствами та системами роздрібної дистрибуції; активна роль галузевих асоціацій.

Сільське господарство, харчова промисловість, енергетика, промислове виробництво, логістика та легка промисловість — сектори економіки, які в Посольстві називають найбільш потенційними для партнерства.

”

«В'єтнаму має переваги у вигляді молодого населення, численної та кваліфікованої робочої сили, а також високої адаптованості до сучасних виробничих секторів. Україна зі свого боку має сильні сторони у вигляді природних ресурсів, промислової бази, стратегічного геоекономічного положення та потреб у реконструкції. Взаємодоповнюваність цих двох економік може створити нові ланцюги створення вартості, зокрема у сфері виробництва та переробки. Вони не тільки обслуговуватимуть внутрішній ринок України, але й можуть бути орієнтовані на експорт до Європейського Союзу, використовуючи географічне положення України та торговельні механізми», — пояснюють у Посольстві.

На думку Посольства В'єтнаму, Україна може стати важливим виробничим і транзитним центром для в'єтнамських підприємств у Східній Європі, особливо в умовах, коли глобальні ланцюги постачання перебувають у процесі реструктуризації з метою диверсифікації та розподілу ризиків.

Наразі до основних товарів або товарних груп, які В'єтнам експортує до України або планує збільшити їх експорт відносять:

- 01Кава
- 02Морепродукти
- 03Рис
- 04Спеції
- 05Товари легкої промисловості, зокрема текстиль і взуття.

Для відбудови України планують розширити категорії товарів, зокрема:

- 01Пластикових матеріалів
- 02Будівельних матеріалів
- 03Товарів першої необхідності;
- 04Різних виробів легкої промисловості.

У Посольстві додають, зараз важливим напрямком є зміцнення співпраці з сучасними роздрібними мережами, як Сільпо, Novus та Auchan, що дозволить доставляти товари безпосередньо споживачам і забезпечити стійку присутність на ринку.

Водночас зазначають, що варто приділяти більшу увагу формуванню бренду в'єтнамських товарів в Україні через рекламні кампанії, стандартизацію якості та розвиток професійних систем дистрибуції.

Едуард Шевченко, головний фахівець митної справи Асоціації імпортерів і декларантів України, скептично оцінює можливість переорієнтації України на інші ринки. Він пояснює, що це можливо лише тоді, коли інші країни можуть запропонувати кращий або дешевший продукт ніж Китай. Проте на практиці цього не відбувається, а бізнес не має мотивації шукати нові ринки через додаткові витрати та ризики.

Експерт наголошує, що Україна, як і більшість світу, сильно залежить від Китаю в імпорті товарів. За його словами, приблизно 80% імпорту — це саме китайська продукція. Він підкреслює, що Китай десятиліттями залишається ключовим виробником і фактично не має рівноцінної альтернативи, оскільки навіть країни ЄС значною мірою закуповують товари саме там.

Китайські виробники інвестують у продажі, направляють представників, пропонують вигідні умови, зокрема на виплат, і самі шукають партнерів. Натомість український бізнес не проявляє такої активності в пошуку альтернативних постачальників в інших регіонах.

Щодо В'єтнаму, співрозмовник вважає його слабкою альтернативою. За його словами, країна має обмежене виробництво — переважно продукти харчування та базовий одяг. Попит на В'єтнамські товари в Україні низький: за його оцінкою, лише приблизно 2% запитів пов'язані з цим напрямком. Загалом він підсумовує, що ринок працює за старими налагодженими схемами, і суттєвих змін у логістиці чи переорієнтації постачання не відбувається. Китай залишається домінантним гравцем, а всі інші напрямки мають другорядне значення.

В UTEC Logistics кажуть, що запити є, але ринки В'єтнаму, Індії й Індонезії поки не стали масовими через конкуренцію з Китаєм. Інші фактори, які уповільнюють розвиток, — це логістичні складнощі, сертифікація продукції та мовний бар'єр, проте це питання лише часу й обсяги можуть зрости.

Водночас зараз В'єтнам розглядає інвестиційне співробітництво між Україною та В'єтнамом.

”

«Ми спостерігаємо зростання інтересу з боку в'єтнамських підприємств до українського ринку, особливо в умовах пришвидшення відновлення та міжнародної економічної інтеграції України. Потенційні сектори включають виробництво, переробку, легку промисловість, відновлювані джерела енергії, а також створення виробничих потужностей в Україні, спрямованих на експорт до Європейського Союзу», — кажуть у Посольстві В'єтнаму в Україні.

Якщо говорити про довгострокову перспективу, то це:

- розвиток індустріальних парків;
- виробничих кластерів або спільних підприємств між компаніями обох країн.

В'єтнам розглядає Україну не лише як перспективний ринок, а й як стратегічного партнера та важливий канал виходу на ринки Східної Європи, пояснюють у посольстві.

На практиці низка в'єтнамських підприємств вже працює в Україні. Наприклад, ТОВ Euro Food Service зі своїм флагманським брендом REEVA — міжнародний бренд продуктів швидкого приготування.

«Співпраця між В'єтнамом та Україною має потенціал вийти за межі традиційних торговельних рамок. Ми переконані, що в найближчий час обидві країни зможуть спільно розробити нові моделі співпраці, починаючи від дистрибуції товарів і закінчуючи інвестиціями та виробництвом, а також від традиційної торгівлі до цифрової економіки, тим самим сприяючи формуванню стійких ланцюгів створення вартості, орієнтованих на європейський ринок та інші регіони», — резюмують у посольстві.

Упродовж останніх років експорт В'єтнаму до Європейського Союзу зберігав позитивну динаміку зростання, особливо після вступу в силу Угоди про вільну торгівлю між ЄС і В'єтнамом (EVFTA) у 2020 році.

”

«Двосторонній товарообіг між В'єтнамом і ЄС збільшившись з приблизно \$55,4 млрд у 2020 році до \$68,4 млрд у 2024 році та майже \$74 млрд у 2025-му. В'єтнам зберігає торговельний профіцит з ЄС, який зростає з \$24,8 млрд у 2020 році до приблизно \$34,9 млрд у 2024, а далі — до рекордного рівня \$38,6 млрд у 2025 році. Тільки у 2025 році експорт В'єтнаму до ЄС досяг майже \$56,2 млрд, що становить зростання на 8,6% порівняно з 2024 роком, тоді як імпорт з ЄС зріс до \$17,6 млрд», —
пояснюють у посольстві.

До основних груп експортних товарів належать:

- Електроніка та високотехнологічна продукція: зокрема комп'ютери, електронні компоненти, мобільні телефони, які стабільно забезпечують значну частку експортного обороту.
- Машини та обладнання.
- Текстиль та одяг: традиційна сильна сторона експорту, яка значно виграє від тарифних преференцій у рамках Угоди про вільну торгівлю між ЄС і В'єтнамом (EVFTA).
- Взуття: одна з провідних експортних статей В'єтнаму з сильною ринковою присутністю в ЄС.
- Сталь і промислові матеріали: демонструють помітне зростання в останні роки.
- Сільськогосподарські та морепродукти: включаючи каву, горіхи кеш'ю, перець і перероблені морепродукти, які продовжують завойовувати частку ринку завдяки покращеній якості та відповідності стандартам ЄС.

У середньостроковій перспективі збільшення обсягів торгівлі між В'єтнамом та Україною вважається цілком реальним і взаємовигідним, кажуть у посольстві.



«Незважаючи на вплив нещодавніх потрясінь, двостороння торгівля демонструє чіткі ознаки відновлення, а у 2025 році зростання відновиться та набуде позитивного імпульсу. Обидві сторони чітко висловили намір і надалі розширювати торговельне співробітництво, особливо в секторах, де економіки обох країн демонструють сильну взаємодоповнюваність. Це забезпечує міцну основу для сталого зростання в найближчі роки, особливо з огляду на те, що Україна продовжує просувати процес економічного відновлення та відбудови», — говорять у посольстві.

Основними рушійними силами для торгівлі є:

- сільськогосподарська продукція;
- товари широкого вжитку;
- промислові товари;
- матеріали для відновлення інфраструктури.

Едуард Шевченко пояснює логіку бізнесу: компанії або шукають нові товари, щоб першими зайти на ринок, або намагаються зменшити витрати. Але знайти дешевший товар, ніж у Китаї, в інших менш розвинених країнах практично неможливо. Китай забезпечує найкраще співвідношення ціни та якості, тому альтернативи здаються економічно недоцільними.

Окремо описує можливі сценарії імпорту в умовах тривалої війни. За його словами, держава буде й надалі підвищувати митну вартість товарів, щоб компенсувати дефіцит бюджету. Це означає, що імпортери платитимуть більше, а ці витрати зрештою перекладатимуться на кінцевого споживача. У підсумку це призведе до загального зростання цін на товари. Водночас доходи населення не зростатимуть відповідно, тому купівельна спроможність знижуватиметься. Як зазначає співрозмовник, це означає, що «все буде дорожче», і фактично населення відчує це через зменшення доступності товарів.

Туреччина, за словами Шевченка, має обмежену роль як постачальник. Основні товари — це продукти харчування, будівельні матеріали й текстиль. Водночас підкреслює, що обсяги імпорту з Туреччини зменшуються, зокрема через економічні проблеми всередині країни, наприклад, падіння ліри.

Щодо зміни логістичних потоків для України на найближчі роки, експерт каже, що особливих змін не відбудеться. Китай залишається беззаперечним лідером у виробництві і наздогнати його іншим країнам практично неможливо. Підкреслює, що Китай постійно розвивається: інвестує в технології, виробництво, якість товарів і широкий асортимент.

Індія, за його словами, має сильні сторони: виробництво медикаментів, певної сировини чи продуктів. Однак у більшості товарних категорій не може конкурувати з Китаєм. За словами головного фахівця митної справи Асоціації імпортерів та декларантів України, навіть якщо товар виробляється в обох країнах, Китай залишається більш ефективним і вигідним постачальником, й у найближчі два роки структура імпорту не зміниться. Частка Китаю та Європи залишиться разом на рівні приблизно 70–80%, вважає Едуард Шевченко. Бізнес працює за вже налагодженими схемами, тож всі очікують завершення війни, щоб повернутися до звичних логістичних маршрутів, зокрема через українські порти.

На цьому тлі контрастує динаміка пострадянських країн. У 2022 році вони ще забезпечують майже 14% імпорту України. Однак уже в 2023-му ця частка падає до приблизно 2%, а у 2024–2025 роках — до рівня майже 1% і менше. В абсолютних значеннях імпорт із цих країн скорочується з \$8,54 млрд у 2022 році до менш ніж \$1 млрд у 2025 році. Це є одним із найбільш різких структурних зсувів у зовнішній торгівлі України за весь період — падіння понад 90% за 3 роки.

Імпорт із пострадянських країн (2022–2025)
general*

Рік	Обсяг	Частка із загального імпорту
2022	\$8,54 млрд	~14%
2023	\$1,19 млрд	~2%
2024	\$0,79 млрд	~1%
2025	\$0,77 млрд	<1%

Джерело: Державна митна служба України
* Азербайджан, Білорусь, росія, Казахстан, Молдова, Узбекистан, Вірменія, Киргизстан, Туркменістан, Таджикистан.

Імпорт із пострадянських країн (2022–2025), млрд \$

Країна	2022	2023	2024	2025
росія	5 555	4,6 (↓ -99,9%)	1,8 (↓ -61%)	2,7 (↑ +50%)
білорусь	1 421	19,8 (↓ -98,6%)	16,2 (↓ -18%)	3,9 (↓ -76%)
 Казахстан	513	266 (↓ -48%)	120 (↓ -55%)	77 (↓ -36%)
 Азербайджан	500	275 (↓ -45%)	274 (≈ 0%)	278 (↑ +1%)
 Молдова	151	162 (↑ +7%)	150 (↓ -7%)	160 (↑ +7%)
 Узбекистан	160	192 (↑ +20%)	111 (↓ -42%)	129 (↑ +16%)
 Вірменія	12	20 (↑ +63%)	19 (↓ -6%)	21 (↑ +10%)
 Киргизстан	3	2,5 (↓ -20%)	0,4 (↓ -84%)	5,7 (↑ +1300%)
 Туркменістан	192	227 (↑ +18%)	79 (↓ -65%)	76 (↓ -4%)
 Таджикистан	0,3	0,9 (↑ +200%)	0,8 (↓ -9%)	1,2 (↑ +45%)

Найбільш показовим є приклад росії. У 2022 році імпорт із неї становить \$5,55 млрд, що дорівнює приблизно 9% загального імпорту. З 2023-го динаміка імпорту з країни-агресора скорочується до 99,7% і, фактично, припиняється. Подібна ситуація спостерігається і з Білоруссю, де імпорт скорочується з \$1,42 млрд у 2022 році до кількох мільйонів у 2025 році.

Попри формальне зростання імпорту з росії у 2025 році (+50%), ці цифри не означають відновлення торгівлі. Йдеться про особливості обліку митної статистики, пояснюють у Держмитслужбі.

Джерело: Державна митна служба України

Після початку повномасштабної війни імпорт російських товарів фактично заборонений, пояснюють там. Водночас у статистику можуть потрапляти товари, які фізично були ввезені в Україну ще до 24 лютого 2022 року, але з різних причин не були оформлені в митному режимі імпорту.

Ключовий фактор зростання у 2025 році — це повернення товарів російського походження, які раніше тимчасово вивозилися за кордон.

”

«Зростання обсягів статистичного імпорту товарів із російської федерації у 2025 році обумовлено поверненням із тимчасового вивезення до третьої країни товарів російського походження на суму 1,9 млн дол. США. Первинне ввезення цих товарів [...] було здійснено до 24.02.2022», — зазначають у Держмитслужбі.

Виняток становлять лише незначні обсяги:

«Інші товари [...] також були ввезені до 24.02.2022, крім товарів на суму \$1 тис., які оформлені в митний режим відмови на користь держави», — зазначають в органі.

Логістика

В'ячеслав Морозов, митний брокер, акцентує на суттєвому зростанні логістичних витрат та ускладненні перевезень. Це пов'язано як із глобальними факторами (зростання вартості фрахту, особливо з Китаю), так і з внутрішніми обмеженнями воюючої країни — дефіцитом водіїв, зменшенням участі іноземних перевізників і загальним підвищенням вартості пального.

Едуард Шевченко, головний фахівець митної справи Асоціації імпортерів і декларантів України, додає, говорячи про переорієнтацію географії постачань: коли почалася повномасштабна війна, усі вантажопотоки, які заходили через Одеський та Іллічівський порти, перетягнулися на Захід України. Зрештою, збільшилося навантаження на західні кордони: це Словаччина, Польща, частково Румунія. Ці пункти не були розраховані на таке навантаження, пояснює експерт.

«Вони заточені на ту кількість вантажного транспорту, який роками їхав по вантажопотоках з Європою. З Європою у нас завжди було 15% від спільного імпорту. Із загрозою для одеських портів цифра збільшилася до 85%. Зрозуміло, що фізично потрібно, щоб все працювало швидше. А це передусім митники, яких не вистачає за причиною, про яку мало хто говорить, — мобілізацією. Багато людей звільнялися, щоб цього уникнути, йшли на лікарняні. Тож людей постійно не вистачає. Нових співробітників теж небагато, бо особливо йти на митницю ніхто не хоче. Зарплати невисокі»



Едуард Шевченко

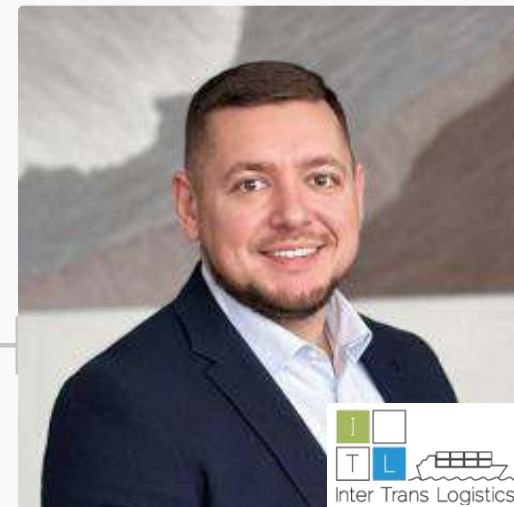
головний фахівець митної справи Асоціації імпортерів і декларантів України

За його словами, зараз митники вболівають за диджиталізацію та цифровізацію, а також розширення митних смуг, тільки невідомо, хто на них буде працювати.

Щодо проблем логістики, то дефіцит водіїв — одне з ключових вузьких місць у 2024–2025 роках. Це не єдина проблема в логістиці, але одна з найболючіших, бо прямо б'є в спроможність виконувати перевезення вчасно.

”

«Нестача водіїв у транспорті/логістиці через мобілізаційний фактор сягала майже 25%. Плюс є ризик “невозвратів” водіїв після виїзду, що також впливає на ринок»



Віктор Берестенко

президент Асоціації міжнародних експедиторів і представник
ТОВ «Інтер Транс Логістикс»

Гостро стоїть і питання зарплат. «Зарплати в митників від 18 000 до 26 000 гривень з преміями — це смішно. Хто там за що буде рватися», — говорить Едуард Шевченко.

Станом на березень 2026 року, за даними платформи Work.ua, середня заробітна плата митного спеціаліста в Україні становить 30 500 грн (у квітні 2023 року сума становила 20 500 грн, у квітні 2024-го — 22 500 грн, у квітні 2025-го — 27 500 грн).

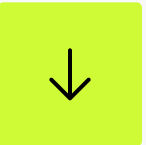
Динаміка заробітної плати, дані work.ua, (2023–2026)

Період 2023	Заробітня плата, грн	Період 2024	Заробітня плата, грн	Період 2025	Заробітня плата, грн	Період 2026	Заробітня плата, грн
квітень	20 500	січень	27 500	січень	30 000	січень	30 500
травень	22 500	лютий	25 000	лютий	30 000	лютий	32 500
червень	22 500	березень	25 000	березень	29 000	березень	32 500
липень	22 500	квітень	22 500	квітень	27 500	квітень	30 500
серпень	22 500	травень	25 000	травень	27 500		
вересень	22 500	червень	25 000	червень	27 500		
жовтень	24 000	липень	25 000	липень	30 000		
листопад	24 000	серпень	25 000	серпень	32 500		
грудень	25 000	вересень	25 000	вересень	30 000		
		жовтень	25 300	жовтень	30 000		
		листопад	27 500	листопад	30 000		
		грудень	29 000	грудень	30 500		

Окремі показники спеціальної митної статистики переміщення через митний кордон України товарів та транспортних засобів за ділянками кордону

Суміжна країна / ділянка митного кордону України	Одиниця виміру	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Пропущено транспортних засобів:												
Польща	млн од.	6.99	7.5	7.65	7.4	6.49	5.45	2.86	3.77	4.4	4.66	4.32
Словаччина	млн од.	1.44	1.51	1.49	1.28	1.21	0.97	0.58	0.76	0.92	0.92	0.84
Угорщина	млн од.	2.06	2.11	2.5	2.71	2.4	2.01	0.99	1.06	1.06	1	0.9
Румунія	млн од.	1	1.24	1.49	1.44	1.52	1.25	0.61	0.8	1.31	1.63	1.51
Всього кордон з країнами ЄС:	млн од.	11.5	12.36	13.13	12.83	11.62	9.68	5.04	6.39	7.7	8.2	7.57
Російська Федерація	млн од.	5.46	3.99	3.74	4.07	3.89	3.35	1.74	1.9	0.15	—	—
Білорусь	млн од.	1.86	1.85	1.85	2.18	2.51	2.12	1.09	0.99	0.13	—	—
Республіка Молдова	млн од.	2.49	2.57	2.77	2.96	2.96	2.75	0.9	1.13	1.43	1.49	1.44

продовження таблиці



Окремі показники спеціальної митної статистики переміщення через митний кордон України товарів та транспортних засобів за ділянками кордону

Суміжна країна / ділянка митного кордону України	Одиниця виміру	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Пропущено транспортних засобів:												
Всього кордон з пострадянськими країнами:	млн од.	9.81	8.41	8.36	9.21	9.36	8.23	3.73	4.02	1.71	1.49	1.44
Через морські пункти пропуску	млн од.	0.27	0.07	0.08	0.08	0.08	0.09	0.1	0.14	0.04	0.03	0.02
Через авіаційні пункти пропуску	млн од.	0.1	0.09	0.1	0.12	0.13	0.15	0.06	0.11	0.01	0	0
Польща	млн од.	20.84	21.46	20.56	22.29	21.32	20.76	19.01	24.01	30.19	32.52	32.83
Словаччина	млн од.	17.26	20.24	17.17	17.66	17.59	14.1	12.2	15.66	15.04	15.18	13.36
Угорщина	млн од.	6.34	5.13	5.24	6.26	5.95	4.99	5.22	5.17	6.09	5.87	4.57
Румунія	млн од.	4.08	4.52	5.01	4.45	3.9	3.64	4.25	4.77	9.04	10.55	9.26

продовження таблиці



Окремі показники спеціальної митної статистики переміщення через митний кордон України товарів та транспортних засобів за ділянками кордону

Суміжна країна / ділянка митного кордону України	Одиниця виміру	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Пропущено транспортних засобів:												
Всього кордон з країнами ЄС:	млн од.	48.52	51.34	47.98	50.67	48.76	43.48	40.68	49.62	60.36	64.13	60.03
Російська Федерація	млн од.	85.06	63.29	51.05	55.48	51.62	42.3	39.44	43.43	3.03	—	—
Білорусь	млн од.	13.9	15.38	17.78	21.08	19.52	22.74	18.86	22.94	3.02	—	—
Республіка Молдова	млн од.	9.49	8.5	7.57	9.06	9.23	8.66	6.08	7.3	7.55	5.81	4.27
Всього кордон з пострадянськими країнами:	млн од.	108.44	87.17	76.41	85.62	80.36	73.69	64.38	73.66	13.61	5.81	4.27
Через морські пункти пропуску	млн од.	140.89	133.24	130.33	126.49	175.89	211.89	228.73	209.63	76.85	76.37	97.91
Через авіаційні пункти пропуску	млн од.	0.12	0.04	0.19	0.04	0.06	0.06	0.05	0.08	0.01	0	0

Аналіз митних даних за лютий 2026: швидкість оформлення

Митниця (Місто)	Середній час (Експорт)	Середній час (Імпорт)
Львівська митниця	~ 45 хв	~ 2 год 15 хв
Київська митниця	~ 55 хв	~ 2 год 40 хв
Одеська митниця	~ 1 год 10 хв	~ 3 год 20 хв
Закарпатська митниця	~ 50 хв	~ 2 год 30 хв
Волинська митниця	~ 40 хв	~ 2 год 10 хв

Примітка: Експорт оформлюється значно швидше за імпорт через спрощену процедуру та відсутність необхідності сплачувати ПДВ і мито в більшості випадків.

Такий показник сформований на основі аналізу 46 актуальних вакансій, розміщених на ринку праці протягом останніх трьох місяців. Водночас кількість вакансій за цією професією за рік зменшилася на 7%, що може свідчити про певне зниження попиту або стабілізацію ринку. Загалом в Україні наразі доступно приблизно 87 вакансій для митних спеціалістів, а рівень оплати коливається в межах від 16 000 до 62 500 грн залежно від досвіду та вимог роботодавця.

Шевченко пояснює, що затримки на кордоні значною мірою залежать від роботи і суміжних країн — Польщі, Словаччини, Румунії. Українська митниця працює швидше, оскільки оформлення на експорт або транзит відбувається простіше, ніж імпорт. Водночас європейська сторона перевіряє вантажі ретельніше, тому саме там утворюються «вузькі місця».

На думку експерта, у таких умовах люди виконують лише мінімум необхідного — «дожити до вихідних», без ініціативи чи бажання оптимізувати процеси. Будь-які спроби адміністративного тиску дають лише короткостроковий ефект, після чого ефективність знову падає.

Роман Лесько каже, що затримки багато в чому мають сезонний характер, наприклад, на новорічні свята. Або ж штучний характер — наприклад, страйки польських фермерів. Зараз завантаженість пунктів пропуску зменшилася через зменшення економічної активності. Девальвація гривні зменшує купівельну спроможність населення і, відповідно, скорочується імпорт товарів, додає митний брокер.

Водночас стандартні черги в пунктах пропуску не впливають на вартість доставки, впливають тільки на терміни, — пояснює Роман Лесько. Що може впливати на ціну, то це форс-мажорні причини, що збільшують термін перебування в черзі. Такими форс-мажорними причинами є, наприклад, черги на вихідні в Польщі на Великдень. І кожен перевізник уже планує — їхати йому чи зачекати, і це ж впливає на ціну доставки, якщо вона у вас термінова, пояснює брокер.

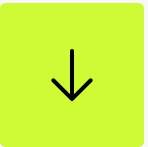
Час митного оформлення вантажів в режимі «імпорт»

2022 рік												
Місяць	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад	Грудень
Середній час оформлення, хв	120	116	99	98	112	97	181	100	99	103	97	98
2023 рік												
Місяць	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад	Грудень
Середній час оформлення, хв	94	93	89	87	91	93	97	93	95	102	94	101
2024 рік												
Місяць	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад	Грудень
Середній час оформлення, хв	101	94	93	94	93	93	94	90	91	89	92	93
2025 рік												
Місяць	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад	Грудень
Середній час оформлення, хв	88	88	83	87	85	85	85	85	80	76	79	80

Обсяги імпорту товарів за 2022–2025 роки

	2022 рік			2023 рік			2024 рік			2025 рік		
Митниці оформлення	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома
РАЗОМ	37,877.7	59,509.3	100.0%	26,775.6	63,455.7	100.0%	28,810.5	70,678.6	100.0%	35,426.2	84,838.3	100.0%
Вінницька митниця	267.0	640.1	1.1%	361.4	887.0	1.4%	312.5	1,002.6	1.4%	343.2	1,161.9	1.4%
Волинська митниця	1,312.0	2,850.9	4.8%	1,776.8	3,720.6	5.9%	1,522.5	3,831.9	5.4%	1,822.6	5,001.2	5.9%
Дніпровська митниця	2,315.0	1,860.3	3.1%	1,151.9	1,707.1	2.7%	1,521.6	2,030.1	2.9%	2,537.4	2,223.6	2.6%
Енергетична митниця	9,867.4	11,348.3	19.1%	9,371.1	9,571.6	15.1%	8,507.8	7,892.1	11.2%	10,946.5	8,830.6	10.4%
Житомирська митниця	453.5	645.6	1.1%	269.1	658.0	1.0%	239.7	686.8	1.0%	256.1	1,159.4	1.4%
Закарпатська митниця	581.2	3,586.1	6.0%	597.8	3,750.2	5.9%	677.7	4,986.6	7.1%	695.0	5,645.5	6.7%

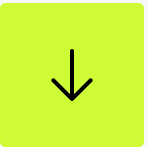
продовження
таблиці



Обсяги імпорту товарів за 2022-2025 роки

	2022 рік			2023 рік			2024 рік			2025 рік		
Митниці оформлення	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома
РАЗОМ	37,877.7	59,509.3	100.0%	26,775.6	63,455.7	100.0%	28,810.5	70,678.6	100.0%	35,426.2	84,838.3	100.0%
Запорізька митниця	526.7	501.3	0.8%	452.1	528.0	0.8%	742.7	482.4	0.7%	882.7	536.8	0.6%
Івано-Франківська митниця	367.6	694.3	1.2%	531.8	842.4	1.3%	615.6	667.7	0.9%	545.1	733.5	0.9%
Київська митниця	10,187.2	17,976.9	30.2%	3,323.2	19,806.2	31.2%	3,628.6	23,407.2	33.1%	3,424.7	27,598.9	32.5%
Кропивницька митниця	420.1	185.9	0.3%	55.6	141.2	0.2%	55.0	160.5	0.2%	55.6	177.5	0.2%
Львівська митниця	2,911.6	9,039.0	15.2%	3,061.4	11,896.7	18.7%	3,167.4	14,243.5	20.2%	3,562.6	17,648.7	20.8%
Миколаївська митниця	1,147.5	288.3	0.5%	97.4	306.3	0.5%	78.9	401.0	0.6%	80.9	398.5	0.5%

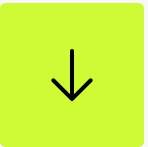
продовження
таблиці



Обсяги імпорту товарів за 2022-2025 роки

	2022 рік			2023 рік			2024 рік			2025 рік		
Митниці оформлення	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома
РАЗОМ	37,877.7	59,509.3	100.0%	26,775.6	63,455.7	100.0%	28,810.5	70,678.6	100.0%	35,426.2	84,838.3	100.0%
Київська митниця	10,187.2	17,976.9	30.2%	3,323.2	19,806.2	31.2%	3,628.6	23,407.2	33.1%	3,424.7	27,598.9	32.5%
Одеська митниця	3,602.0	3,369.6	5.7%	3,427.9	2,960.4	4.7%	5,504.2	3,672.6	5.2%	7,933.8	5,594.6	6.6%
Полтавська митниця	177.6	370.7	0.6%	104.5	394.3	0.6%	84.8	460.6	0.7%	80.2	438.1	0.5%
Рівненська митниця	550.6	956.4	1.6%	433.0	1,112.7	1.8%	448.3	1,180.1	1.7%	562.3	1,389.4	1.6%
Сумська митниця	204.3	322.9	0.5%	129.0	263.7	0.4%	48.8	209.1	0.3%	30.8	174.9	0.2%
Тернопільська митниця	226.2	920.2	1.5%	270.6	983.6	1.6%	269.2	940.3	1.3%	321.8	1,175.5	1.4%

продовження
таблиці



Обсяги імпорту товарів за 2022–2025 роки

	2022 рік			2023 рік			2024 рік			2025 рік		
Митниці оформлення	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома
РАЗОМ	37,877.7	59,509.3	100.0%	26,775.6	63,455.7	100.0%	28,810.5	70,678.6	100.0%	35,426.2	84,838.3	100.0%
Харківська митниця	339.0	369.4	0.6%	118.3	281.9	0.4%	129.0	296.4	0.4%	122.3	266.4	0.3%
Хмельницька митниця	344.0	752.1	1.3%	245.9	873.6	1.4%	296.1	1,045.5	1.5%	292.9	1,104.5	1.3%
Черкаська митниця	235.2	369.5	0.6%	120.0	361.9	0.6%	129.7	483.6	0.7%	123.0	476.3	0.6%
Чернівецька митниця	622.0	1,839.2	3.1%	784.5	2,174.9	3.4%	756.1	2,359.1	3.3%	736.6	2,894.4	3.4%
Чернігівська митниця	255.6	298.4	0.5%	92.3	233.2	0.4%	74.2	238.9	0.3%	70.0	208.2	0.2%
Донецька митниця	815.7	255.7	0.4%			0.0%			0.0%			0.0%

продовження
таблиці



Обсяги імпорту товарів за 2022-2025 роки

	2022 рік			2023 рік			2024 рік			2025 рік		
Митниці оформлення	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома	Вага, тис. тонн	Вартість, млн. дол. США	Питома
РАЗОМ	37,877.7	59,509.3	100.0%	26,775.6	63,455.7	100.0%	28,810.5	70,678.6	100.0%	35,426.2	84,838.3	100.0%
Луганська митниця	67.3	22.3	0.0%			0.0%			0.0%			0.0%
Митниця в Херсонській області, Автономній Республіці Крим і м. Севастополі	81.4	46.1	0.1%			0.0%			0.0%			0.0%

Станом на кінець березня 2026 року найбільше проблем по пунктах перетину були в Ягодині, Краковець, Шегинях, Рава-Руській, Грушеві, Угринові — що стосується Польщі. На перетині з Румунією — це Порубна, Чоп, Ужгород.

Пункт пропуску вантажівок | Час очікування, станом на 31 березня 2026 року

- Ягодин — Дорогуськ (порожні ≥7,5 т) | 3 дні 14 год 40 хв
- Устилуг — Зосин (порожні ≥7,5 т) | 3 дні 14 год 20 хв
- Угринів — Долгобичув (порожні ≥7,5 т) | 3 дні 8 год 16 хв
- Шегині — Медика (порожні ≥3,5 т) | 3 дні 21 год 52 хв
- Рава-Руська — Хребенне (≥7,5 т) | 2 дні 23 год 44 хв
- Ужгород — Вишне Нємецьке | 2 дні 15 год 28 хв
- Краківець — Корчова (≥7,5 т) | 2 дні 10 год 20 хв
- Ягодин — Дорогуськ (≥7,5 т) | 2 дні 9 год 30 хв
- Шегині — Медика (≥7,5 т) | 2 дні 6 год 8 хв
- Дякове — Халмеу | 1 день 16 год 12 хв
- Порубне — Сірет | 1 день 9 год 42 хв
- Чоп (Тиса) — Захонь | 1 день 7 год 12 хв
- Ужгород — Вишне Нємецьке (порожні) | 1 день 10 год 12 хв
- Устилуг — Зосин (≤7,5 т) | 16 год 40 хв
- Рава-Руська — Хребенне (товари) | 14 год 53 хв
- Угринів — Долгобичув (3,5–7,5 т) | 8 год 40 хв
- Чоп (Тиса) — Захонь (порожні) | 7 год 36 хв
- Старокозаче — Тудора | 5 год 42 хв
- Грушів — Будомєж | 1 год 4 хв
- Орлівка — Ісакча | 45 хв
- Мамалига — Крива | 30 хв
- Табаки — Мирне | 30 хв
- Краківець — Корчова (товари) | 26 хв
- Порубне — Сірет (порожні) | 20 хв
- Інші пункти | 0 хв

За даними платформи «єЧерга», загалом ситуація на пунктах пропуску з Польщею для вантажівок така: для великих фур $\geq 7,5$ т основна черга зараз дуже велика — у середньому від двох до чотирьох днів очікування (наприклад, Ягодин, Рава-Руська, Шегині, Краківець), особливо критично для порожніх машин, де черга доходить до 4+ днів. Водночас для окремих категорій товарів (1–24 групи УКТЗЕД) є швидші «окремі» черги — приблизно 18–21 година. Для середніх вантажівок 3,5–7,5 т ситуація краща — близько 1 дня. Найшвидше проходження зараз у малих вантажівок до 7,5 т — від нуля до кількох годин (Смільниця, Грушів, Устилуг).

Ситуація на кордоні з Румунією краща: для більшості вантажівок очікування мінімальне або відсутнє. Найбільша затримка зараз на пункті Дякове — Халмеу (приблизно 1 день 10 годин), а також на Порубне — Сірет (близько 7 годин). Водночас на пунктах Дяківці — Раковець, Красноїльськ — Вікову-де-Сус та Орлівка — Ісакча черг практично немає — або 0 хвилин, або поодинокі авто без очікування. Навіть для порожніх вантажівок (Порубне — Сірет) проходження відбувається без затримок. Загальний висновок: основні затримки зосереджені лише на Дякове — Халмеу та частково Порубне — Сірет, інші пункти — швидкі.

Водночас середній час митного оформлення вантажів у режимі «імпорт» (без застосування системи ризиків АСУР) демонструє тенденцію до скорочення. Якщо в січні 2022 року він становив 120 хвилин, то протягом 2023 року тримався в межах 87–102 хвилини.



«Що ще є проблематикою? Коли відключають світло, митні бази не працюють, тобто не можна оформитись. Таке буває часто. Якщо розширювати смуги пунктів переходу без відсутності світла, головної роботи серверів, які розташовані в Києві, оформлення стане неможливим. На паперову форму ніхто не переходитиме, тому що зникне форма єдиного контролю. Друге, якщо є повітряна тривога, то митник не має права працювати. Митниця закривається. Тут може допомогти диджиталізація, наприклад, роботизовані системи [у березні 2026 року українська митниця запровадила механізм автоматизованого проходження митниці: наразі для бізнесів із найвищим рівнем довіри митних органів — для авторизованих економічних операторів. — ред.]»,

**Едуард Шевченко**головний фахівець митної справи Асоціації імпортерів і
декларантів України

На думку митного брокера Романа Леська, найкращий спосіб побороти черги — відкривати нові пункти пропуску (наразі їх 204 по всьому кордону), наприклад, Нижанковичі — Мальховичі (Польща), який відкрили в грудні 2024 року для розвантаження сусіднього Шегині-Медика, і впровадження нових електронних сервісів, що дозволяють в електронному форматі ставати в чергу на кордоні («Черга»).

Едуард Шевченко натомість вважає, що розширення інфраструктури, відкриття нових пунктів пропуску чи збільшення кількості смуг кардинально не розв’язує проблеми: не впливає на фінансову ефективність й не зменшує черги системно, адже існують неформальні практики, зокрема тіньові фінансові потоки.

На його думку, єдиний фактор, який може змінити ситуацію, — це участь приватного бізнесу: коли бізнес інвестує в логістику, створює термінали та зацікавлений у швидкому обігу товарів, тоді з’являється реальний стимул оптимізувати процеси, залучати митників і створювати кращі умови для оформлення вантажів.

Також на імпорт впливає регулювання в ручному режимі митної вартості товарів. Наприклад, ви хочете ввезти товар за умовно \$20, а митниця вважає, що товар коштує \$50, ви витрачає час, аби довести свою ціну або платити більше. Це ускладнює імпорт вживаних товарів і товарів з Китаю, які можуть бути дешевші — цей процес гальмує виробництво та негативно впливає на економіку.

На думку В’ячеслава Морозова, здебільшого дії митних органів мають підстави, хоча окремі ситуації, особливо пов’язані з пільговими режимами, створюють системні затримки. Окремою проблемою він називає затримки при оформленні товарів, які підпадають під податкові пільги (зокрема, енергетичне обладнання). Попри формальну відсутність підстав для затримки, митниця вимагає додаткові документи, що призводить до простою вантажів.

Через це малий і середній бізнеси частково рухаються до великих операторів, які мають більш стійкий кадровий контур, резервні рішення, інколи можливості бронювання критичних працівників (у межах чинних правил), а також ширшу мережу підрядників і варіантів заміни ресурсу. І головне — готовність нести відповідальність за збої в ланцюгах постачань.

Чому МСБ йде до логістичних операторів, власна ЗЕД-служба (власний відділ) vs 3PL-оператор (компанія-підрядник)

З 2022 року відбулася ще одна важлива зміна: малий і середній бізнеси стали менше «гратися в самостійність» у складних ланцюгах. Якщо до повномасштабної війни багато хто будував ЗЕД на «власних руках»: один менеджер + брокер «за знайомством» + перевізник, то після 2022-го стало зрозуміло, що помилка в ланцюзі коштує не просто грошей, а зриву постачання, виробничої паузи або втрати клієнта, а може й бізнесу, пояснює Віктор Берестенко.



«Для малого та середнього бізнесу вирішальне — передбачуваність та надійність: щоб розуміти, вантаж приїде, а якщо щось “ламається” — є план В/С/Е. Після 2022-го бізнес став менше експериментувати й більше купувати стійкість/надійність: або повний аутсорс, або пакет сервісів, так як ціна помилки в логістиці зросла в рази»



Віктор Берестенко

президент Асоціації міжнародних експедиторів і представник
ТОВ «Інтер Транс Логістикс»

Тому частка такого бізнесу, які переходять до 3PL/комплексного сервісу, зростає, особливо в сегментах, де є регулярність і потреба в прогнозованості (товари швидкого споживання, ритейл, виробництво з імпортними компонентами).

Водночас повний аутсорс «під ключ» — це не 80%, як здається ззовні.

”

«У нас таких клієнтів орієнтовно третина: приблизно 30–40%. Це, як правило, компанії без власної ЗЕД-служби або з мінімальною командою, бізнеси, які імпортують нерегулярно і не хочуть тримати штат, або ті, хто хоче мати одну відповідальну сторону за весь ланцюг — від документів до доставки»



Віктор Берестенко

президент Асоціації міжнародних експедиторів і представник
ТОВ «Інтер Транс Логістикс»

А от частка клієнтів, які мають власну ЗЕД-службу, але користуються складськими/транспортними послугами, навпаки, велика. За його словами, у більшості зрілих компаній ЗЕД/закупівлі є всередині, але логістику, склад, транспорт або «морську частину» вони віддають на аутсорс. У практиці Віктора Берестенка, це приблизно 40–50% портфеля.



«Логіка така: ЗЕД-служба контролює контракт, ціни, постачальника. А логістика — ризики, стиковки, час, демередж/детеншн, документи, митницю, “останню милю”. Це різні компетенції»,



Віктор Берестенко

президент Асоціації міжнародних експедиторів і представник
ТОВ «Інтер Транс Логістикс»

Але є важливий нюанс, каже експерт, малий і середній бізнеси не завжди купують «повний ЗРЛ» у силу розвитку/безпеки. Частіше купують часткову пакетність:

- сьогодні — фрахт + доставка;
- завтра — склад;
- потім — митниця.

Тобто рухаються до аутсорсу поступово, коли відчули економію і контроль.

У Meest China близько 25–30% клієнтів компанії мають власну ЗЕД-функцію — повністю або частково. При цьому важливо розуміти: навіть такі компанії не відмовляються від логістичних провайдерів.

Навпаки, формується так звана гібридна модель, де:

- стратегічні процеси (контракти, закупівлі, фінанси) залишаються всередині компанії
- операційна логістика (консолідація в Китаї, складські послуги, доставка, last mile) передається 3PL-партнеру.



«Після 2022 року ми бачимо зростання частки клієнтів із власною ЗЕД. Бізнеси прагнуть більше контролювати процеси — від валютних операцій до митного оформлення. Але водночас вони не готові інвестувати у власну логістичну інфраструктуру, тому продовжують працювати з провайдерами»



Ганна Крапивна

заступниця генерального директора з комерції та маркетингу
Meest China

За останні кілька років ринок доставки вантажів з Китаю в Україну суттєво трансформувався, додає вона. Якщо раніше домінувала модель великих поставань, зокрема контейнерів або повних траків, то сьогодні бачать зсув у бік гнучких логістичних рішень і 3PL-сервісів (логістики «під ключ»).

Ганна Крапивна пояснює, що малий і середній бізнес є найбільшим драйвером переходу на 3PL. Саме малий і середній бізнес переходить від нерегулярного імпорту роботи через карго-посередників до системної роботи з 3PL з використанням складів у Китаї та регулярних поставок малими партіями. Це напряму пов'язано зі зростанням e-commerce. Бізнес більше не може дозволити собі завозити великі обсяги «на склад і чекати». Натомість з'являється потреба швидко обертати асортимент і мінімізувати залишки. Саме тут 3PL дає критичну перевагу — гнучкість.



«Для ринку це означає, що ми фактично є свідками переходу до нової моделі імпорту, ключовими аспектами яких є: менші партії, вища частота поставок, більша залежність від логістичних партнерів. І навіть компанії, які розвивають власну ЗЕД, не відмовляються від 3PL, адже вони все одно інтегрують його у свою операційну модель. Як висновок, 3PL у доставці з Китаю в Україну вже перестав бути опцією “для зручності”. Сьогодні це — базова інфраструктура для розвитку бізнесу, особливо в сегменті e-commerce. І найголовніше, що дає ця модель, — не лише логістику, а можливість для бізнесу залишатися гнучким у середовищі, яке постійно змінюється»



Ганна Крапивна

заступниця генерального директора з комерції та маркетингу
Meest China

Тетяна Лис, директорка департаменту транспортної логістики Meest China каже, що зараз є часте питання від клієнтів: що вигідніше — везти самостійно повний трак або працювати через 3PL? Але відповідь, насправді, залежить від обсягу та моделі бізнесу. У середньому доставка у форматі 3PL (збірні вантажі) коштує дорожче за одиницю ваги, проте при цьому дозволяє стартувати з невеликих партій та уникнути великих одноразових витрат. Саме в таких умовах 3PL є більш вигідним, навіть попри вищу ціну за кг. Натомість повний трак або контейнер стає економічно доцільним лише при стабільних обсягах за умови прогнозованого попиту і швидкої обіговості товару. Ключова різниця проста — 3PL дорожчий за кілограм, але дешевший за рівнем ризику, додає експертка.



«Багато компаній дійсно користуються аутсорсингом, але повністю передають усі процеси — імпорт, митне оформлення та логістику — лише одиниці. У нашій практиці це приблизно 10–15 компаній, з якими укладені відповідні контракти.

Здебільшого бізнес обирає окремі послуги. Наприклад, поєднання складування та логістики, або ж митного оформлення разом зі складуванням чи перевезеннями. Такий підхід пов'язаний із тим, що кожен сервіс зазвичай закуповується окремо через тендери й аукціони, тому різні етапи можуть обслуговувати різні підрядники. Водночас окремі послуги є взаємопов'язаними. Наприклад, складування і локальне перевезення часто об'єднують в один пакет, і тендер, відповідно, може охоплювати одразу ці дві позиції», — зазначають у компанії Zammler.

Складування на складах логістичної компанії, додають у Zammler, зазвичай вигідніше, крім того, більш оптимально віддати в одні руки і локальне перевезення по Україні. Тоді оператор буде сам домовлятися за часовий термін на завантаження/розвантаження, і самостійно планувати логістику.



«Усе залежить від бізнес-моделі клієнта. Є різні підходи: хтось повністю покриває ЗЕД власною командою, хтось працює за гібридною моделлю, а хтось повністю передає ці функції на аутсорс. Досить поширена гібридна схема, коли компанія має власних брокерів, які закривають 60–70% імпортних операцій, решту передає зовнішнім підрядникам. Також до аутсорсу звертаються в періоди пікового навантаження або під час відпусток команди — це дозволяє гнучко балансувати ресурси. Утримувати штат брокерів протягом року не завжди економічно доцільно. Чітко розподілити клієнтів у відсотках неможливо — все визначається внутрішніми бізнес-процесами. У Європі ринок більше орієнтований на аутсорсинг логістичних функцій», — зазначають у компанії Zammler.

Іноземні клієнти Zammler частіше передають на аутсорс повний цикл логістичних послуг, включно з митним оформленням, залучаючи логістичних операторів та 3PL-провайдерів. Українські ж компанії більше схильні залишати ці процеси під власним контролем. Йдеться не лише про митницю: є кейси, коли бізнес самостійно будує внутрішню логістику — створює відповідні підрозділи та інвестує у власний транспорт.



«Водночас 3PL-оператори та логістичні провайдери можуть виконувати ці функції не гірше, а часто й ефективніше, завдяки ефекту масштабу — зі зростанням обсягів вартість окремої операції знижується. Тому ключове питання — у балансі моделі.

Після 2022 року ми бачимо тренд на посилення внутрішньої логістики в українських компаніях: бізнес почав активніше створювати власні транспортні підрозділи та брати більше контролю над процесами. Це пов'язано з підвищеними ризиками та перебудовою логістичних ланцюгів — у таких умовах бажання контролювати операції є логічним. Саме тому багато локальних компаній, щоб підвищити стійкість, інвестують у власні логістичні відділи, частина — у внутрішні команди з митного оформлення», — зазначають у Zammler.

Як пояснюють у Zammler, найм брокера в штат або на аутсорсі залежить не від обороту компанії.



«Залежить від кількості декларацій — як імпортних, так і експортних. У середньому один брокер при повній зайнятості обробляє близько 50–60 декларацій на місяць. Якщо компанія має стабільний потік такого обсягу і може повністю завантажити спеціаліста, доцільно наймати брокера в штат. Якщо потік нерівномірний: один місяць — 20 декларацій, інший — 70, утримання штатного брокера стає неефективним», — зазначають експерти.

Існує категорія клієнтів, які обирають модель із власним брокером навіть за невеликого обсягу декларацій. Основна мотивація — посилений контроль і відчуття більшої відповідальності всередині компанії. До того ж провайдери брокерських послуг швидше реагують на зміни на ринку, зокрема на оновлення законодавства.



«Бачимо й зростання попиту на 3PL, що пов'язано з оптимізацією витрат. Для компаній із малими та середніми обсягами часто вигідніше передавати логістику на аутсорс, ніж будувати її всередині.

Це особливо помітно в імпорті: бізнес дедалі частіше не замовляє повні партії товару з Європи, а працює з меншими обсягами — кількома палетами або частиною автомобіля. У таких випадках компанії звертаються до 3PL-операторів: ми консолідуємо вантажі в Європі, доставляємо їх у складі збірних партій, за потреби здійснюємо митне оформлення і передаємо товар кінцевому отримувачу в Україні.

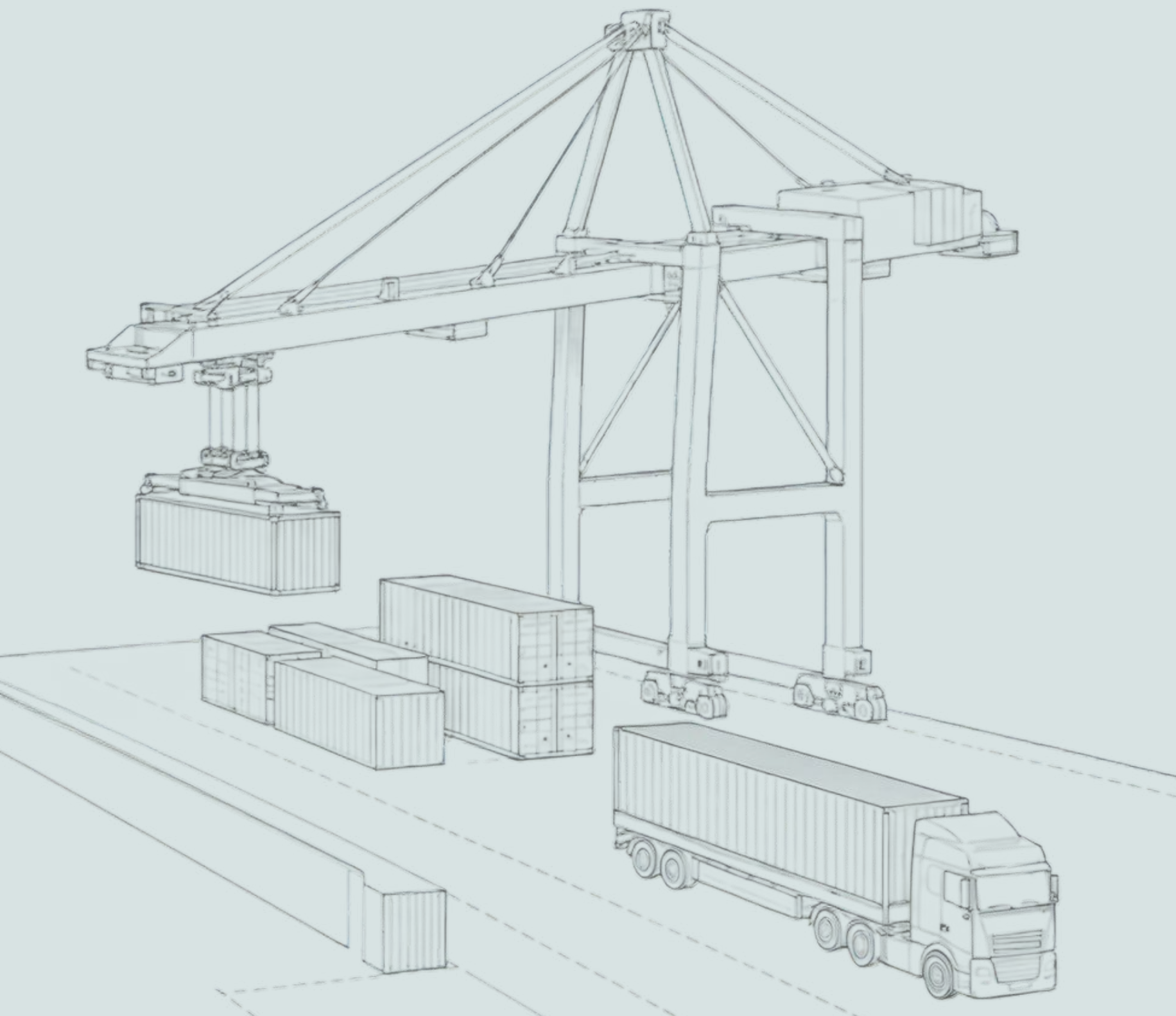
Надалі попит на такі рішення зростатиме. Ринок в Україні скоротився, обсяги замовлень зменшилися, знизилася й купівельна спроможність. У цих умовах компанії більш точно планують грошові потоки і собівартість, тому логістика невеликими партіями або повний аутсорс стають економічно доцільнішими рішеннями», — пояснюють у Zammler.

Водночас заповненість фури залежить і від категорії товарів і швидкості їх реалізації.



«Ключовий фактор — це здатність компанії швидко реалізувати товар. Якщо немає можливості оперативно продати повну партію, виникають додаткові витрати: на зберігання, складські операції, сортування. Крім того, при закупівлі великих обсягів бізнес фактично “заморожує” кошти, оскільки оплата відбувається наперед.

Так, палетна доставка зазвичай дорожча за перевезення повної машини, адже збірні вантажі мають вищу собівартість. Але якщо враховувати витрати на фінансування товару та його зберігання, то в багатьох випадках вигідніше працювати з меншими партіями під реалізацію. Особливо з огляду на те що ринок швидко змінюється, поки компанія реалізує велику партію», — зазначають у Zammler.



Власна ЗЕД-служба vs 3PL-оператор

Категорія витрат / характеристика	Власна ЗЕД-служба (In-house / Гібридна модель)	3PL-оператор (Повний аутсорс / Комплексний сервіс)
Витрати на персонал	Високі фіксовані витрати: зарплати менеджерів ЗЕД і брокерів.	Витрати включені у вартість сервісу; немає потреби тримати штат при нерегулярному імпорті.
Логістичні витрати (за кг/одиноцю)	Нижчі за одиницю ваги при стабільних обсягах та використанні повних контейнерів/траків (FCL).	Вищі за одиницю ваги (наприклад, у форматі збірних вантажів LCL).
Складські витрати	Потребують інвестицій у власну інфраструктуру або довгострокову оренду, що часто невигідно для МСБ.	Оплата за фактично використане місце; можливість швидкого обігу асортименту без накопичення залишків.
Митно-брокерські витрати	Контролюються всередині, але вимагають високої компетенції, щоб уникнути санкційних ризиків.	Входять у пакет послуг; оператор несе відповідальність за коректність оформлення документів.
Інвестиції в інфраструктуру	Високі: бізнес має вкладати кошти у склади та логістичні ланцюги.	Низькі: бізнес використовує готову інфраструктуру (склади в Китаї, регулярні рейси).
Вартість помилки (ризик)	Висока: помилка власного менеджера може призвести до зриву поставок або втрати бізнесу.	Нижча: провайдер забезпечує передбачуваність, стійкість та має «план В/С».

1. Власну ЗЕД-службу (або гібридну модель) варто обирати за таких умов:

Кількість декларацій: є стабільний потік від 50–60 декларацій на місяць, що забезпечує повну зайнятість штатного брокера.

Обсяг партій: можете регулярно завантажувати повні фури або контейнери товаром, який має високу прогнозованість попиту та швидку обіговість.

Специфіка бізнесу: ви — велика локальна компанія (агрохолдинг чи дистриб'ютор), якій критично важливо контролювати кожен етап логістики для забезпечення стресостійкості.

Гібридний підхід: стратегічні питання (контракти, фінанси) ви лишаєте всередині, а операційну логістику віддаєте партнеру.

2. 3PL-оператора (повний аутсорс) варто обирати за таких умов:

Нестабільність: потік декларацій нерегулярний — аутсорс допоможе уникнути помилок через людський фактор.

Малий і середній бізнес: коли обсяги імпорту — це кілька палет або невеликі партії під реалізацію. Це дозволяє не «морозити» кошти та тестувати асортимент без великих інвестицій у склад.

E-commerce: у сегментах, де потрібна швидка зміна асортименту та мінімізація залишків на складах.

Складні ринки (наприклад, Китай): де потрібна готова інфраструктура (склади консолідації, перевірка товару), яку не вигідно будувати самостійно.

За досвідом компаній, для більшості бізнесів найефективнішою є гібридна модель — внутрішня служба контролює ціни та умови контрактів, а логістичний провайдер (3PL) забезпечує надійність доставки та митного оформлення.

Зберігання на складах

Аби не постраждати від повторних блокувань кордону, Done радять розміщувати товар на додаткових складах, якщо дозволяє маржа, а також закуповувати більше товару.



«Done фінансує саме імпортні угоди. Можемо взяти на себе весь ланцюг постачань, фінансування 70% вашої угоди і розміщення на наших складах, які розташовані у Львові, Одесі та Києві; додатково розглядаємо Ужгород як більш безпечний регіон для збереження товарів на складах», — кажуть у компанії.

Водночас у Київському регіоні питання дефіциту якісних складських площ вже давно не є дискусійним. Ринок логістичної нерухомості класу А фактично працює в умовах постійної нестачі пропозиції, і вакантність на рівні менш ніж 2% лише підтверджує, що йдеться не про короткостроковий дисбаланс, а про системну ситуацію.



«Причина не лише в обсязі площ як такому, а в тому, що значна частина існуючого фонду морально й технічно застаріла. Сучасний бізнес, особливо в сегментах e-commerce, 3PL та FMCG, вже не може ефективно працювати в приміщеннях, які проєктувалися під іншу логіку ринку. Якщо раніше склад сприймався переважно як місце зберігання, то сьогодні це повноцінна інфраструктура для швидкої, точної й безперебійної логістики. Саме тому критичними стають не лише квадратні метри, а характеристики самого об'єкта: висота для сучасних стелажних систем, навантаження на підлогу, стабільні енергетичні потужності для автоматизації, якісна інженерія, температурні режими, можливість адаптації під конкретні операційні процеси орендаря. У багатьох старих хабах цих параметрів або немає взагалі, або їх неможливо забезпечити без непропорційно дорогих реконструкцій», — пояснює Андрій Савчук, COO компанії Hub Logistics.

Водночас, за словами експерта, нове будівництво не завжди означає якісну відповідь на попит. Сьогодні ринок дедалі чіткіше ділиться на два сегменти.

- Перший — сучасні інституційні об’єкти, які відповідають вимогам великих системних клієнтів.
- Другий — компромісні проєкти, де девелопер намагається зменшити стартові витрати, економлячи на конструктиві, інженерії або технічних параметрах.

На етапі будівництва така модель може видаватися привабливою, але в реальній експлуатації часто обертається вищими операційними витратами, обмеженням для автоматизації та втратою гнучкості для майбутнього масштабування. У цьому контексті все більше професійних гравців дивляться на склад не як на допоміжний актив, а як на частину критичної бізнес-інфраструктури. Для них важлива не лише орендна ставка на вході, а й повна вартість володіння або користування об’єктом упродовж багатьох років. І саме тут виграють ті проєкти, які одразу закладають правильні технічні рішення та можливість built-to-suit адаптації під конкретного користувача.

Андрій Савчук додає: якщо говорити про головні ризики для ринку в найближчій перспективі — це зростання вартості будівництва, дефіцит кваліфікованих генпідрядників, довші строки реалізації проєктів і, що особливо важливо, обмежений доступ до енергетичних потужностей.



«Саме енергетика дедалі частіше стає не просто технічним, а стратегічним фактором для логістичних об'єктів нового покоління. Тому найближчими роками конкурентоспроможними будуть не просто нові склади, а лише ті об'єкти, які з самого початку проєктуються під реальні потреби сучасної логістики. Усі інші ризикують швидко опинитися в категорії морально застарілих, навіть якщо формально будуть новими», — резюмує Андрій Савчук.

Львівський представник логістичного центру Олексій Шестак, Development Manager в компанії Alterra Group, додає, що кожне влучання у склад площею 5 000+ м² миттєво ускладнювало ринок, який і без того був дефіцитним.



«Оскільки вільними залишалися лише 3–4,5% приміщень у ключових вузлах (Київ, Львів), бізнес опинявся в стані “логістичного цейтноту”. Результат — панічний попит на заміну втраченого та подорожчання оренди. Основний попит зосереджений на енергоефективних складах із високим рівнем автоматизації. Багато старих приміщень не відповідають сучасним вимогам (температурний режим, протипожежні системи). Фізичних площ інколи дійсно не вистачає (особливо якісних), але пропускна спроможність зростає завдяки автоматизації та ІТ-рішенням. Компаніям варто інвестувати не тільки в “додаткові квадратні метри”, а в швидкість обробки вантажу на існуючих площах», — говорить Олексій Шестак.

Кирило Євтушенко, співзасновник компанії Freight Transport Partner (FTP LLCC), коментуючи питання щодо стану ринку логістики (LCL та контейнери) каже, що, попри наявність сервісу дрібних партій (LCL), він налаштований радше песимістично щодо розвитку цього сегменту. За його спостереженнями, відбувається стагнація: ринок звужується, кількість клієнтів зменшується, а економіка стагнє. Малий бізнес часто не витримує конкуренції та закривається.

У структурі постачань компанії Freight Transport Partner переважають дрібні партії (LCL) — 70%, тоді як повні контейнери складають 30%. Така пропорція обумовлена специфікою компанії як київського експедитора. Водночас на ринку спостерігається новий тренд: через поточні низькі фрахтові ставки на заповнені контейнери вигідніше заповнити контейнер повністю, аніж дробити його на дрібні партії.

Експерт не бачить критичного дефіциту складських площ або потреби в нових хабах. На його думку, потреби дрібних експортерів у консолідації майже повністю закривають такі гіганти, як «Нова пошта» або «Укрпошта». За власним досвідом, компанія FTP має склад площею 4000 кв. м. Його наповнення відбувається поступово, через регулярні продажі та промоушен, але «вибухового» попиту чи дефіциту не відчувається.

Кирило Євтушенко зазначив, що війна суттєво не змінила підходи бізнесу до безпеки вантажів. Клієнти не схильні розділяти партії товару, щоб мінімізувати ризики влучань або втрат, не сильно змінилися й підходи до страхування товару. Ментальність замовників залишилася незмінною — більшість продовжує економити на страхуванні, вважаючи, що з їхнім вантажем нічого не станеться. Попит на митно-брокерські послуги не зростає, оскільки він прямо залежить від кількості клієнтів, яка наразі скорочується.

Куди їде імпорт? Зростання ролі західних хабів

Після 2022 року Захід України з транзитної зони перетворився на центр імпорту й розподілу товарів.

”

«Близькість до європейських кордонів зробила регіон головним хабом для імпорту та розподілу товарів по всій країні», — поділились в анонімному коментарі представники девелоперської компанії на Заході.

Це відбулося не лише через географію, а й через релокацію бізнесів і потребу знизити ризики. Компанії почали переносити склади й операції ближче до кордону, а логістика — дробитися і ставати більш гнучкою. Водночас сама роль прикордонних країн, зокрема Польщі, виявилася комплексною.

UTEC Logistic зазначають, що попит на довгострокове зберігання товарів на складах у Польщі під час блокування кордону фактично не зріс.

«Вантажі залишалися переважно в автівках на кордоні, а доставка зі складу займає шість-сім днів навіть за оптимальних умов», – кажуть на умовах анонімності в девелоперській компанії.

Попри те що Польща стала ключовим транзитним вузлом, вона не перетворилася на повноцінну альтернативу українській складській інфраструктурі. Зберігання за кордоном подовжує логістичний ланцюг і ускладнює операції, тому бізнес намагається швидше заводити товар в Україну і працювати вже з локальних хабів. Навіть у західних регіонах країни не зріс попит на довгострокове зберігання. Система працює в режимі швидкого обігу, але не накопичує запаси.

Ринок складської нерухомості у Львові пройшов через кілька етапів за дуже короткий час. Спочатку були невизначеність і пауза, потім різкий дефіцит площ, а далі — швидке зростання пропозиції.

”

«Коли на ринок одночасно виходить 50–100 тис. м² нових площ, вакантність тимчасово зростає, поки ці площі не будуть поглинуті протягом 6–9 місяців», — кажуть девелопери із Заходу країни.

Зараз вакантність — на рівні приблизно 7%. Водночас змінюється логіка розміщення запасів, які бізнес намагається децентралізувати. Якщо раніше великі компанії прагнули мати один великий сортувальний склад для економії на адмініструванні логістики, влучання в складські об'єкти зруйнували цю логіку.

”

«Нова стратегія — це дроблення: замість одного складу на 20 000 м² бізнес шукає чотири об'єкти по 5 000 м² у різних частинах України – наприклад, у Київському регіоні, Центрі та на Заході», — коментують в одному із західних хабів.

Попит при цьому концентрується в конкретних сегментах. Найбільш затребувані — сухі склади, де вакантність у ключових регіонах тримається на рівні 3–4,5%, а також температурні склади для харчової і фармацевтичної продукції.

«Температурні склади демонструють ставки на рівні \$8–11 за м²», — анонімно повідомляють представники девелоперської компанії на Заході.

Паралельно формується попит на індустріальні парки з власною інфраструктурою та енергозабезпеченням. Бізнесу недостатньо просто мати склад: потрібні комплексні рішення, де можна поєднати зберігання, виробництво та автономність. Ці зміни прямо відображаються у вищій вартості.

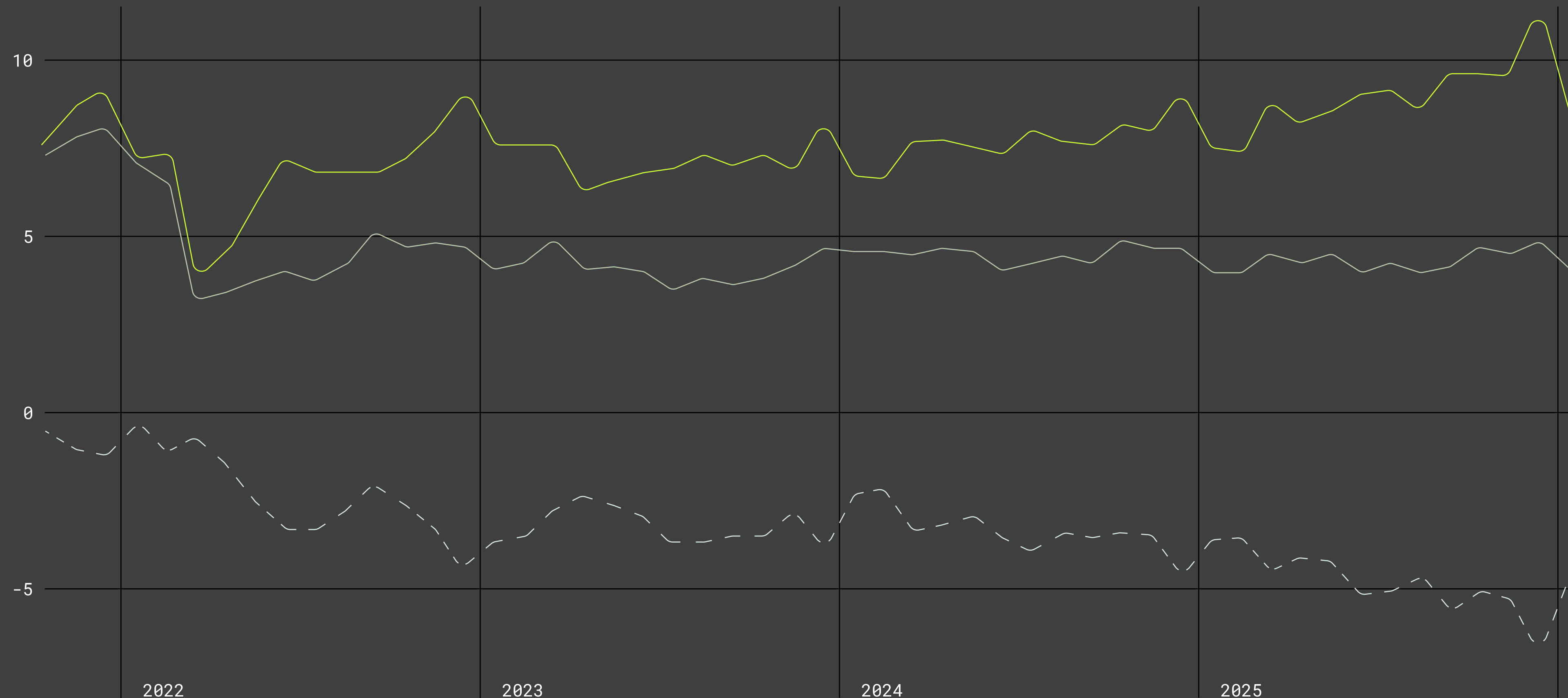
«У Львові ставки становлять \$6,77–\$6,86 за м² проти \$5,83 у Києві», — розповідають представники девелоперської компанії на Заході.

При цьому ринок чітко сегментується: великі оператори переходять у склади класу А, тоді як середній бізнес працює з класом В, де ціна дещо нижча.

Імпорт і валютний баланс

Зростання імпорту напряму впливає на валютний ринок. Чим більше країна купує за кордоном, тим більший попит на іноземну валюту.

У 2024–2025 роках економісти оцінюють дефіцит приблизно у \$35 млрд на рік. Натомість до повномасштабної війни він був близьким до нуля. Імпорт став одним із ключових факторів тиску на гривню.



— Экспорт
— Импорт
- - - Баланс товаров та послуг, \$ млрд

”

«Зростання імпорту при стабільному, як на графіку, у середньому експорті дорівнює зростанню дефіциту. Відповідно — вимиванню з країни тієї іноземної валюти, яку імпортери віддають в обмін на придбані за кордоном товари. Іноземна валюта, таким чином, дорожчає»



Марія Репко

заступниця директора Центру економічної стратегії

Водночас тиск на національну валюту не призводить до різкої дестабілізації. Ринок утримується завдяки зовнішнім джерелам, зокрема валютним інтервенціям НБУ. Ще один фактор, який не дає ринку впасти — це міжнародна допомога. З 2022 року Україна отримала близько \$170 млрд. Лише у 2025 році — \$52 млрд.

Марія Репко описує цю ситуацію як баланс між ринковими та неринковими факторами. Імпорт створює тиск на курс, але його компенсують інші механізми, як-от допомога і політика НБУ.

Облікова ставка НБУ, 2026 рік

Період	% річних
з 30.01	15,0
з 20.03	15,0

Облікова ставка НБУ, 2025 рік

Період	% річних
з 24.01	14,5
з 07.03	15,5
з 18.04	15,5
з 06.06	15,5
з 25.07	15,5
з 12.09	15,5
з 24.10	15,5
з 12.12	15,5

Облікова ставка НБУ, 2024 рік

Період	% річних
з 26.01	15,0
з 15.03	14,5
з 26.04	13,5
з 14.06	13,0
з 26.07	13,0
з 20.09	13,0
з 01.11	13,0
з 13.12	13,5

Облікова ставка НБУ, 2023 рік

Період	% річних
з 27.01	25,0
з 17.03	25,0
з 28.04	25,0
з 16.06	25,0
з 28.07	22,0
з 15.09	20,0
з 27.10	16,0
з 15.12	15,0

Облікова ставка НБУ, 2022 рік

Період	% річних
з 21.01	10,0
з 04.03	10,0
з 03.06	25,0
з 22.07	25,0
з 09.09	25,0
з 21.10	25,0
з 09.12	25,0

Облікова ставка НБУ, 2021 рік

Період	% річних
з 22.01	6,0
з 05.03	6,5
з 16.04	7,5
з 18.06	7,5
з 23.07	8,0
з 10.09	8,5
з 22.10	8,5
з 10.12	9,0

Облікова ставка НБУ, 2020 рік

Період	% річних
з 31.01	11,0
з 13.03	10,0
з 24.04	8,0
з 12.06	6,0
з 24.07	6,0
з 04.09	6,0
з 23.10	6,0
з 11.12	6,0

”

«Після 2022 року в Україні з'явилися не менш, а то й більш потужні канали впливу на курс, ніж зміни в торговому дефіциті. Це готівковий ринок — панічні покупки долара, після чого — продаж валюти із заощаджень для покриття щоденних видатків.

А також — безпрецедентний приплив міжнародної допомоги, приблизно в чверть українського ВВП. Тому на початку повномасштабної війни ми побачили курсовий стрибок, а зараз спостерігаємо поступову девальвацію. Її темпи контролює НБУ через свої інтервенції — продаж валюти з резервів. Наразі вони перебувають на історичному максимумі, тож запасу міцності в Україні достатньо»

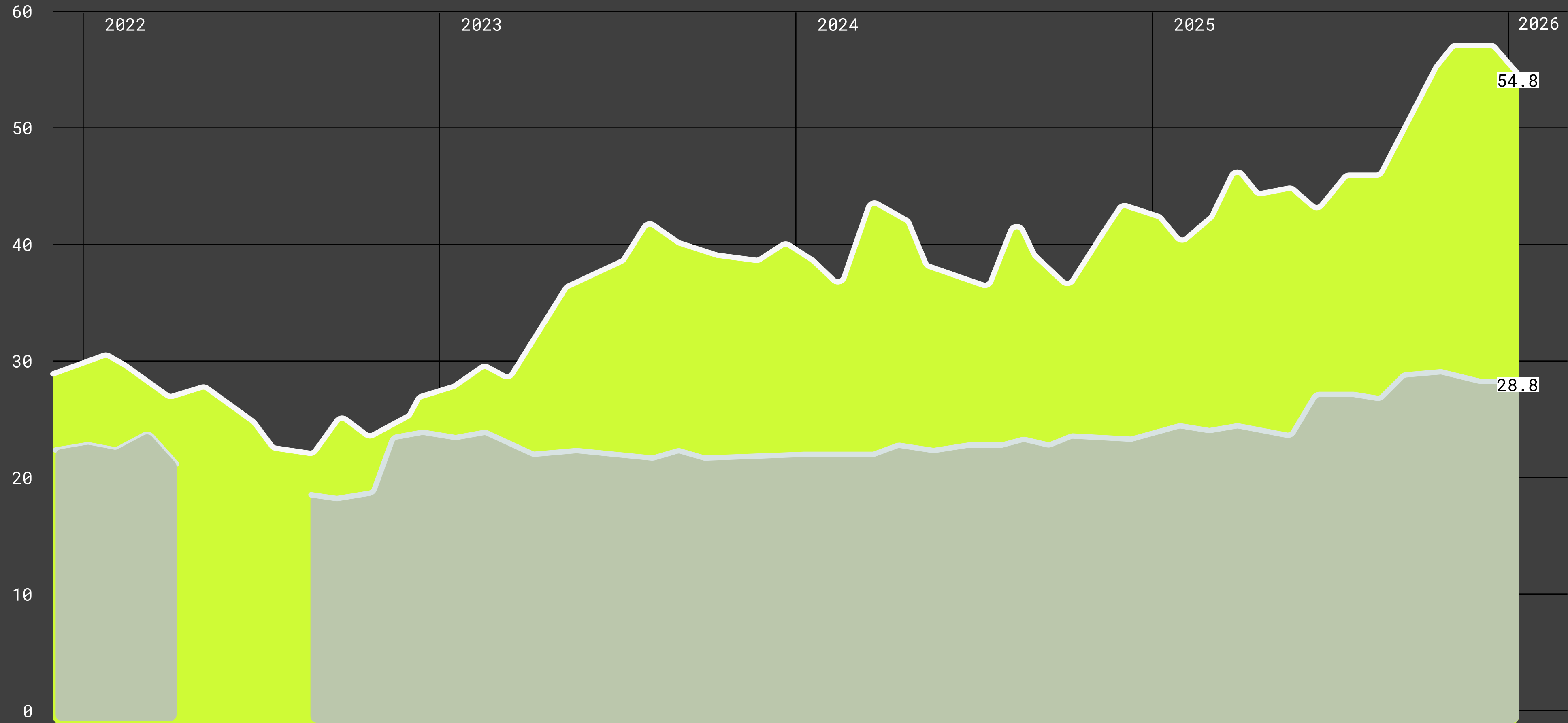


Марія Репко

заступниця директора Центру економічної стратегії

ЦЕНТР
ЕКОНОМІЧНОЇ
СТРАТЕГІЇ

Валові міжнародні резерви та їх обсяг, необхідний для покриття 3 місяців майбутнього імпорту, \$ млрд



Підготовка до фінансування: психологія та бар'єри входу

Представники «Ощадбанку» одразу уточнюють, що їхні відповіді стосуються передусім корпоративного сегменту — компаній із виторгом від 1,5 млрд грн. Наголошують, що при аналізі причин відмови бізнесу від фінансування не можна виділити один фактор. За їх словами, у великому бізнесі клієнти розуміють боргові інструменти і не бояться їх як таких. Основна проблема полягає радше в складності процедур і недостатній обізнаності щодо окремих інструментів, зокрема торговельного фінансування.

”

«Це поєднана історія, важко виділити щось одне — страх боргу чи складність процесу. У нашому сегменті клієнти вміють управляти своїм боргом, тому це більше питання складності процесів. Торговельне фінансування не настільки розповсюджене, навіть серед великих компаній. Ми як банкіри намагаємося показати клієнтам, що вони можуть від цього вигравати», – кажуть в «Ощадбанку».

Серед найпоширеніших міфів банкіри виділяють уявлення про надмірну складність торговельного фінансування. Вони підкреслюють, що це сприйняття швидко змінюється після короткого пояснення суті інструментів. Таким чином, бар'єр є інформаційним і легко долається.

У компанії Done виділяють такі твердження:

- 01 «А якщо клієнт не заплатить вчасно — я залишусь з боргом?»
- 02 «Я не до кінця розумію, скільки це буде коштувати в кінці».
- 03 «Сьогодні все виглядає ок, а завтра умови можуть змінитися».
- 04 «Я зароблю менше, ніж заплачу за фінансування — і ще залишусь винен».
- 05 «Я втрачу гнучкість і не зможу швидко маневрувати».

Основні переваги торговельного фінансування, які визначають експерти.

1. Нижча вартість

Торговельне фінансування дешевше за класичні кредити на поповнення обігових коштів.

2. Зниження ризиків у зовнішній торгівлі

Наприклад, через акредитив, компанія не платить наперед, а після постачання товару, що захищає від ризику непостачання.

3. Гнучкі підходи до забезпечення

Інструменти дозволяють більш адаптивно підходити до застав і гарантій.
«Якщо порівнювати зі звичайним кредитом, то перша перевага — це вартість, воно дешевше. По-друге, дає додаткові переваги, наприклад, дозволяє хеджувати ризики постачання. Компанія не платить наперед, а оплачує після отримання товару. І третя перевага — це більш гнучкі підходи до забезпечення», – кажуть в «Ощадбанку».

Як працює хеджування ризиків при використанні акредитивів

Згідно з даними статистичної звітності Національного банку України, станом на 1 березня 2026 року обсяги наданих гарантій та акредитивів за позабалансовими рахунками (Клас 9) для провідних банків України є такі:

Обсяги наданих гарантій (рахунок 9000).

*Цей показник відображає суми фінансових гарантій, наданих банками для забезпечення зобов'язань своїх клієнтів.

- АТ «Ощадбанк»: 519 760 493 тис. грн.
- АТ «Райффайзен Банк»: 430 274 729 тис. грн.
- АТ «Укрексімбанк»: 21 268 261 тис. грн.
- АТ «БАНК АЛЬЯНС»: 4 433 214 тис. грн.
- АТ КБ «ПриватБанк»: 84 906 тис. грн.
- АТ «ТАСКОМБАНК»: 79 959 тис. грн.

Обсяги непокритих акредитивів (рахунок 9031).

*Акредитиви є важливою частиною торговельного фінансування, особливо для імпортно-експортних операцій.

- АТ «Ощадбанк»: 101 613 433 тис. грн.
- АТ «Райффайзен Банк»: 62 509 421 тис. грн.
- АТ «Укрексімбанк»: 1 727 406 тис. грн.
- АТ КБ «ПриватБанк»: 1 406 147 тис. грн.
- АТ «БАНК АЛЬЯНС»: 12 124 тис. грн.

Загальний підсумок за розділом 90.

*Розділ 90 включає зобов'язання з кредитування та надані гарантії. Для найбільших банків загальне сальдо за цим розділом становить:

- АТ КБ «ПриватБанк»: 3 944 438 336 тис. грн.
- АТ «Ощадбанк»: 1 042 659 900 тис. грн.
- АТ «Райффайзен Банк»: 844 073 092 тис. Грн.

Хеджування ризиків за допомогою акредитивів працює як інструмент захисту покупця від фінансових втрат і ризиків, пов’язаних із постачанням товару.

Головна перевага акредитива полягає в тому, що компанія не виплачує кошти постачальнику наперед. Це дозволяє бізнесу не вилучати гроші з обігу до моменту виконання зобов’язань іншою стороною.

При використанні акредитивної форми розрахунку оплата за товар (наприклад, складне обладнання) здійснюється лише після того, як він надійде на митну територію України. Таким чином, покупець застрахований від ситуації, коли гроші сплачені, а товар не доставлений.

У сучасних умовах на міжнародних ринках акредитив часто є єдиною альтернативою повній передоплаті. Це дозволяє українським компаніям домовлятися про вигідніші умови з іноземними партнерами, які вимагають гарантій оплати, оскільки банк бере на себе зобов’язання здійснити платіж за умови надання документів, що підтверджують відвантаження, обидві сторони угоди отримують захист: продавець впевнений в оплаті, а покупець — в отриманні товару. Хеджування через акредитиви є ефективним при імпорті обладнання для будівництва заводів або нових виробничих потужностей, де суми контрактів є значними, а терміни виготовлення — тривалими.

Частина заявок відсіюється ще на початкових етапах, до проведення повноцінного комплаєнсу. Це пов’язано з внутрішніми політиками та вимогами міжнародних фінансових партнерів. Водночас у сегменті великого бізнесу такі випадки поодинокі.

«Десь до 20% загального пулу заявок. Якщо говорити про великий корпоративний бізнес, то такі випадки майже відсутні, бо клієнти добре знають вимоги», — кажуть банкіри «Ощадбанку».

Окремо підкреслюється різниця в рівні розуміння фінансових інструментів між різними сегментами бізнесу. Великі компанії зазвичай мають спеціалізовані підрозділи та орієнтуються в таких інструментах, як акредитиви, гарантії чи факторинг. Натомість середній і малий бізнеси часто стикаються з нерозумінням і потребують підтримки з боку банку. У таких випадках банк фактично супроводжує клієнта на всіх етапах — від пояснення механізмів до участі в переговорах з контрагентами.

”

«Клієнт, який один раз розібрався, як працюють ці інструменти, через деякий час повертається до них знову. Він починає використовувати їх і з іншого боку — вже потребує акредитивів від своїх покупців. Це фактично екосистема, яка формується після першого досвіду», – кажуть в «Ощадбанку».

Банкіри зазначають, що процедури аналогічні кредитним, оскільки такі операції пов’язані з ризиком для банку. Аналіз фінансового стану клієнта, його боргового навантаження та платоспроможності є обов’язковим. Водночас існують окремі нюанси регулювання, які не завжди відповідають природі інструментів, зокрема у випадку факторингу.

У контексті перевірок після отримання фінансування представники банку зазначають, що в корпоративному сегменті клієнти не бояться контролю: ще на початковому етапі проводиться ретельна перевірка ділової репутації та відповідність процедурі KYC (обов’язкова перевірка особи клієнта, яка включає збір паспортних даних, біометрії та підтвердження адреси для запобігання шахрайству, відмиванню грошей та фінансуванню тероризму).

Як перевірка країни походження допомагає уникати санкційних ризиків

Кирило Євтушенко, співзасновник компанії FTP LLC, каже, що на його практиці випадки маскування білоруських/російських товарів майже не трапляються і не є системною проблемою, оскільки більшість російських товарів (текстиль, косметика, агропродукція) легко замінюються аналогами з Туреччини, Китаю чи Європи. Він додає, що росія не виробляє високотехнологічних товарів з високою доданою вартістю, які не можна було б замінити. А складна техніка та компоненти зазвичай мають походження з США, ЄС або Азії. Складні ситуації виникали лише на початку повномасштабного вторгнення зі старими контрактами, за які вже була внесена предоплата.

Спікер пояснює, як брокери та митниця фільтрують ризикові постачання:

- Аналіз ретроспективної історії: перевіряється історія клієнта, його попередні контракти та бенефіціарні зв'язки.
- Документальний контроль: основним документом є сертифікат походження (Certificate of Origin), а також інвойси, пакувальні листи, CMR і коносаменти (Bill of Lading).

Митниця ж використовує систему ризиків, базуючись на статистиці попередніх років. Якщо код товару раніше мав велику частку постачань з РФ, він автоматично потрапляє під додаткову перевірку, пояснює Кирило Євтушенко. За його словами, окрім перевірки баз даних, важливим бар'єром є фізичний огляд товару, де походження можна визначити за маркуванням і пакуванням.

Українські імпортери замовляють і послугу інспекції товару з Китаю перед відправленням. Як зазначають UTEC Logistics, інспекція проводиться переважно при першій партії, особливо для нових постачальників або складних/критичних товарів, навіть на запах, покриття.

Параметри інспекції:

- перевірка відповідності товару специфікаціям;
- контроль кількості та комплектності;
- візуальна оцінка якості упаковки та маркування;
- тестування на відповідність стандартам, якщо це критично для галузі.

Галузь	Частота інспекцій	Особливості
Електроніка / техніка	80–90%	Критично важливо для безпеки та відповідності стандартам; часто повторюють інспекцію при зміні виробника
Будівельні матеріали/ обладнання	70–80%	Перші партії завжди інспектуються; великі партії після першої перевірки рідко повторюють інспекції
Товари для дому / споживчі	50%	Для дрібних товарів інспекцію роблять рідше, але для нових постачальників — обов’язково



«Щоб уникнути проблем із товарами подвійного призначення, які можуть заблокувати митниця ЄС чи України, китайських постачальників перевіряють за HS-кодами. Найчастіше блокування відбувається ще на стороні Китаю, оскільки країна ретельно контролює експорт таких компонентів»,— кажуть у UTEC Logistics.

Водночас Державна митна служба виділяє такі порушення з боку імпортерів:

- Боротьба з махінаціями (ст. 483 МК): наймасштабніша стаття порушень (переміщення з приховуванням від контролю). Вартість предметів правопорушень за цією статтею зросла: з 2,4 млрд грн у 2021 році до 17,6 млрд грн у 2024 році.
- Недостовірне декларування (ст. 472 МК): кількість таких порушень зменшилася з 1597 випадків у 2021 році до 207 у 2025 році.
- Ухилення від податків (ст. 485 МК): сума виявлених недоплат (спроб зменшити розмір митних платежів) зросла з 36,3 млн грн у 2021 році до понад 500 млн грн у 2025 році.

Як підготувати свій бізнес до залучення торгового фінансування. Чекліст для малого та середнього бізнесів

Універсального мінімального обігу не існує. У корпоративному сегменті орієнтиром є виторг від 1,5 млрд грн, але для менших компаній усе залежить від конкретної потреби та суми фінансування. Пакет документів формується індивідуально, а фінансова звітність аналізується за стандартними підходами.

”

«Якщо клієнт просить невеликий інструмент, то і вимоги будуть іншими, ніж для великого фінансування», – кажуть в «Ощадбанку».

1. Перевірка прозорості та репутації (етап KYC). Це перший і найважливіший фільтр, який банк застосовує ще до аналізу фінансів.

- Забезпечте прозору структуру власності: у структурі не повинно бути підсанкційних осіб або груп, пов'язаних з олігархами.
- Підтвердьте ділову репутацію: переконайтеся, що компанія є публічною та готовою до перевірок.
- Проаналізуйте кредитну історію: відсутність історії не є проблемою. Якщо є негативна історія, підготуйте обґрунтування.

”

«Якщо негативна кредитна історія сталася, наприклад, через початок повномасштабної війни, ми це враховуємо. Якщо клієнт просто не обслуговував борги без пояснень — це вже сигнал для відмови», – кажуть в «Ощадбанку».

2. Підготуйтеся до фінансової звітності. Вимоги до звітності для торговельного фінансування аналогічні вимогам для звичайного кредиту.

- Зберіть баланс: необхідні дані за останні шість звітних періодів.
- Підготуйте розшифровки: деталізація до фінансової звітності станом на останню звітну дату.
- Перевірте фінансові показники: банк звертатиме увагу на співвідношення боргу до прибутку (Debt/EBITDA) та спроможність обслуговувати відсотки (Interest Coverage).
- Оцініть власний капітал: бажано, щоб він складав 20–30% від валюти балансу.

3. Обґрунтуйте угоду та вибір інструменту. Пакет документів залежатиме від типу вашого запиту

- Перевірте відповідність діяльності: товар, що імпортується або фінансується, має відповідати вашій основній господарській діяльності (наприклад, агропідприємство купує обладнання для переробки).
- Підготуйте фінансову модель (для проєктів): Якщо ви плануєте закупівлю обладнання через акредитив або проєктне фінансування, обов'язково потрібна майбутня фінансова модель.
- Для короткого фінансування достатньо лише звітності.
- Визначте обсяг потреби: Чітко сформулюйте суму (ліміт). Хоча орієнтиром для МСБ часто є обіг від 50 млн грн, банк розглядає кожен кейс індивідуально, залежно від розміру гарантії чи акредитива.

4. Комунікуйте з банком

- Ознайомтеся з інструментами: вивчіть різницю між акредитивом, гарантією та факторингом, щоб розуміти їхні переваги (наприклад, акредитив дозволяє не авансувати товар до його надходження на митницю)
- Зверніться за консультацією: не бійтеся складності інструментів. Банк допомагає малому та середньому бізнесу прописувати умови контрактів.

Найчастішою причиною відмови є слабкий фінансовий стан (надмірне боргове навантаження) і непрозора власність.

Андрій Гнойовий, директор з підтримки корпоративно-інвестиційного, малого та середнього бізнесу Sense Bank, каже, що не спостерігає, що бізнес відмовляється від кредитування або залучення документарних інструментів.

”

«Навпаки, для збільшення обсягів компаніям потрібні додаткові запаси товару, а отже, й додаткові обігові кошти або документарні інструменти, які б гарантували постачальнику оплату за імпортовану продукцію. Основна складність в отриманні акредитиву — це вимоги іноземних постачальників щодо підтвердження акредитиву іноземним банком з прийнятним рейтингом»



Андрій Гнойовий

директор з підтримки корпоративно-інвестиційного, малого та середнього бізнесу Sense Bank

Він пояснює, що в умовах війни не всі європейські банки готові це робити: або мають низькі ліміти, які не покривають потребу бізнесу, або вартість підтвердження дорога.

Водночас складнощі можуть виникати у бізнесів, які тільки розпочинають зовнішньоекономічну діяльність. У таких випадках менеджери банку готові проконсультувати і підібрати найкращі фінансові інструменти під потребу клієнта.

Сама процедура погодження ліміту кредитування ідентична процедурі надання кредиту: аналогічний пакет документів і ті самі етапи перевірки. Тож у межах торгового фінансування зазвичай запитуються:

- договори та контракти між покупцем і продавцем;
- товарно-транспортні документи про підтвердження постачання;
- бухгалтерські документи (фін.звітність, розшифровки, товаророзпорядчі документи тощо).

Для клієнта є кілька етапів перевірки:

- повноцінний фінансовий аналіз контрагентів;
- перевірка ділової репутації контрагентів;
- відповідність договорів / контрактів умовам угоди;
- валютний контроль.

У Sense Bank кажуть, що вимоги до пакету документів для отримання торгового фінансування аналогічні звичайному кредиту. Також важлива позитивна кредитна історія, а наявність виконаних імпортних контрактів буде додатковою перевагою під час розгляду кредитної заявки.

Щодо відсотку власного капіталу бажаного для отримання фінансування, то чіткої вимоги немає. Проте власний капітал компанії має бути позитивним (цього вимагає також і НБУ).

”

«Це підтверджує бажання власника вести прибуткову діяльність та інвестувати в бізнес, а не працювати лише за рахунок залучених коштів»,



Андрій Гнойовий

директор з підтримки корпоративно-інвестиційного, малого та середнього бізнесу Sense Bank

За його словами, погодження акредитиву або кредитної лінії зазвичай займає від одного місяця і залежить від багатьох факторів:

- швидкість надання документів позичальником;
- прозорість фінансів позичальника або групи, їх прийнятність для запитуваного кредиту/акредитиву;
- наявність забезпечення за угодою;
- наявність позитивної кредитної історії;
- складність юридичною структури позичальника або групи;
- репутаційні ризики щодо бенефіціара або учасників угоди.

Максимальний термін відстрочки платежу, який реально отримати, залежить від постачальника, тобто на який строк він готовий надати відстрочку, а також від виду імпортованого товару та швидкості його обігу. Зазвичай строк акредитиву становить до одного року. Такий акредитив може покривати одне або декілька постачань на рік залежно від строків продажу товарів, додає директор з підтримки корпоративно-інвестиційного, малого та середнього бізнесу Sense Bank.

Технологічний стек імпортера та ESG-фактор (екологічність, соціальна відповідальність і корпоративне управління)

“ UTEC Logistic використовує власну систему трекінгу з персональним цифровим кабінетом для клієнта. У ньому користувач може бачити не лише місцеперебування вантажу, а й власні витрати та баланс. Щоденне оновлення інформації дозволяє планувати графік платежів, прогнозувати прихід товару, коригувати використання складських потужностей та навантаження на співробітників, а також будувати ефективні внутрішні бізнес-процеси.

«Більшість імпортерів мають власні ERP-системи, і UTEC Logistic може надавати доступ до свого кабінету для інтеграції та автоматизації процесів замовлень. Але в цьому особливої потреби не виявляємо зі сторони клієнтів», — зазначають у компанії.

Вікторія Карпець, менеджерка Комітету промислової екології та сталого розвитку Європейської Бізнес Асоціації пояснює, що українські імпортери в рамках звітів зі сталого розвитку вже публікують свій вуглецевий слід, включно з даними про прямі та непрямі викиди, продовжуючи вивчати нові можливості переходу до вуглецевої нейтральності. Додає, що деякі компанії також почали використовувати ШІ для оптимізації виробничих процесів, що може зменшити не лише вуглецевий слід, а й вартість виробництва.

Передусім під регулювання CBAM підпадає продукція з найбільш вуглецево-інтенсивних галузей:

- сталь;
- цемент;
- алюміній;
- добрива;
- електроенергія;
- водень.

Виробництво цих товарів є енергоємним і пов’язаним зі значними викидами парникових газів, що створює ризик витоку вуглецю. Крім того, CBAM розглядається як інструмент захисту виробників в ЄС від конкурентів поза за його межами. Тому з часом перелік товарів може розширюватися, каже експертка.

Водночас український бізнес має рахувати свій вуглецевий слід, а цей рівень готовності різний, додає Вікторія Карпець. Наприклад, великі експортоорієнтовані компанії давно проводять розрахунки, тоді як для малих і середніх підприємств цей процес може стати складним.

Більшість європейських компаній впроваджує ESG-вимоги у своїй діяльності, адже вони є частиною їхніх корпоративних політик і регуляторних зобов’язань у ЄС. ESG-звітність допомагає стейкхолдерам, включно з інвесторами, клієнтами, регуляторними органами, оцінити ризики, можливості та перспективи сталого розвитку. Така звітність впливає на собівартість імпорту.



«ESG-звітність потребує додаткових витрат для бізнесу, зокрема на аудит, проведення розрахунків, збір даних і можливе залучення зовнішніх експертів. У цьому контексті ESG-вимоги можуть прямо впливати на вартість, оскільки є необхідність додаткових витрат на комплаєнс, сертифікацію тощо. Водночас компанії з кращими ESG-показниками мають шанси підвищити конкурентоспроможність і позиціонувати свою продукцію як більш "зелену", тоді як для постачальників, які не відповідають таким вимогам, додаткове регулювання може призвести до зростання витрат»



Вікторія Карпець

менеджерка Комітету промислової екології та сталого розвитку Європейської Бізнес Асоціації

Не відкидає експертка й ризик, що частина імпортерів втратить контракти через невідповідність ESG-вимогам, особливо це актуально для компаній, які не зможуть забезпечити прозорість даних або підтвердити відповідність екологічним стандартам. Водночас для частини українських компаній підготовка відповідної звітності може стати додатковим адміністративним навантаженням, особливо в умовах війни, перебоїв з електропостачанням і пошкодження виробничої інфраструктури.

Держава вже передбачила певну методологічну підтримку, зокрема методичні рекомендації щодо складання звіту про управління.

1. Середовище контролю (Основа організації)

- Визначити етичні норми: чи ознайомлені всі співробітники з правилами етичної поведінки та антикорупційними вимогами?
- Затвердити оргструктуру: чи чітко розподілені функції та завдання між підрозділами, щоб обов’язки не дублювалися?
- Управління персоналом: чи розроблені посадові інструкції для кожного працівника з чіткими вимогами до кваліфікації?

2. Оцінка ризиків (Аналіз загроз)

- Ідентифікація ризиків: чи складено перелік подій, які можуть завадити виконанню плану (наприклад, недовиконання надходжень до бюджету)?
- Аналіз ймовірності: чи оцінено кожен ризик за шкалою «ймовірність» і «вплив»?
- Вибір способу реагування: чи визначено, які ризики ми приймаємо, а які намагаємось мінімізувати?

3. Заходи контролю (Конкретні дії)

- Розподіл обов’язків: чи закріплено правило, за якого одна особа не може одночасно ініціювати, здійснювати та перевіряти одну і ту саму операцію?
- Авторизація та підтвердження: чи встановлені межі повноважень (хто має право підписувати конкретні документи)?
- Захист активів: чи обмежений доступ до інформаційних систем, печаток, бланків суворої звітності та матеріальних цінностей?
- Перевірка результатів: чи проводиться регулярне звіряння фактичних показників (наприклад, суми митних зборів) із плановими чи обліковими даними?

4. Інформація та обмін нею

- Канали зв’язку: чи існують надійні способи передачі інформації від керівництва до підлеглих (накази) і навпаки (звіти про порушення)?
- Захист даних: чи впроваджені заходи безпеки для збереження конфіденційної та службової інформації?

5. Моніторинг (Перевірка перевірок)

- Поточний моніторинг: чи здійснюється нагляд за виконанням операцій у реальному часі?
- Внутрішній аудит: чи залучається підрозділ внутрішнього аудиту для незалежної оцінки ефективності системи контролю?
- Усунення недоліків: чи розроблено план дій щодо виправлення помилок, виявлених під час перевірок?

Водночас бізнес очікує подальшого розвитку більш детальних практичних рекомендацій щодо звітності зі сталого розвитку, резюмує експертка.

What-If: три сценарії розвитку імпорту на 2026–2027 роки

Ми виокремили три ймовірні сценарії імпорту на найближчі роки:

- **Optimistic:** Відкриття портів, зниження вартості страхування;
- **Status Quo:** Продовження поточної інтенсивності логістичних обмежень;
- **Stress:** Нові регуляторні обмеження або блокування кордонів.

А також попросили компанії й експертів спрогнозувати найбільш імовірний.

”

«Останні роки показали, що логістика максимально непередбачувана. Тому робити довгострокові прогнози на кілька років уперед складно. Ще не так давно горизонт планування вимірювався місяцями, сьогодні він фактично скоротився до кількох тижнів. Це пов'язано з постійними кризовими факторами, зокрема із загостренням ситуації на паливному ринку, яке впливає не лише на Україну, а й на країни Європи, де вже з'являються окремі обмеження.

Водночас українська логістика за ці роки довела свою адаптивність. Ринок навчився працювати в умовах закритих кордонів і портів, підвищення страхових ставок, а також швидко переорієнтовуватися, зокрема на залізничні перевезення», — зазначають у Zammler.

Додають, що в Україні очікують повноцінне відкриття портів, уже зараз є часткова доставка через порти Одеси з обмеженнями та дорогим страхуванням.

Щодо стресового блокування та обмежень говорять, що ризики є як світового масштабу, так і локального. Так, більшість суден перестали проходити через порт Суець, розташований на північному сході Єгипту у частині Суецької затоки Червоного моря, через небезпеку [йдеться про обстріли комерційних суден єменськими повстанцями-хуситами та відповідна військові операція Prosperity Guardian з боку США та Великої Британії. — ред.].

”

«На локальному — це періодичні блокування кордонів, з якими ми вже стикалися. У таких умовах вибір рішень обмежений: фактично основні маршрути залишаються через ЄС і морські порти. Водночас ці виклики можна частково нівелювати за рахунок тісної співпраці з партнерами, а також розвитку та масштабування залізничних перевезень, зокрема для генеральних вантажів», — зазначають у Zammler.

У Done кажуть, що хотіли б сподіватися на оптимістичний сценарій, але припускають, що у 2026–2027 роках він буде більше стресовий.

”

«Бачимо геополітичні історії, на які будь-який бізнес в Україні та за її межами, і ми в тому числі, не має впливу. Якщо враховувати цей фактор, то реалізується стресовий сценарій. Це і блокування кордонів, і обмеження з точки зору виїзду та логістики», — прогнозують експерти.

Водночас вважають, якщо кордон буде потенційно заблоковано на пів року, відбуватимуться страйки, бізнес все одно буде працювати.

«Імпорт працює, нічого не змінюється. Навіть коли почалося військове загострення навколо Ірану, люди просто змінили маршрут», — стверджують у Done.

Іван Ус, головний консультант центру зовнішньополітичних досліджень Національного інституту стратегічних досліджень, виділяє сценарій «Статус-кво» як найбільш імовірний. За словами експерта, уже на початку року спостерігається зростання імпорту, що свідчить про відсутність серйозних обмежень — за підсумками перших двох місяців року імпорт зріс на 31%, що свідчить про стабільність процесів. На його думку, наразі немає передумов для різкого погіршення ситуації або суттєвого скорочення поставань.

”

«Я не бачу можливості суттєвого скорочення імпорту, окрім ситуації, якщо будуть направлені агресивні дії проти можливості України отримувати товари [йдеться про масовані атаки, які можуть паралізувати рух повністю на деякий час. — ред.]»



Іван Ус

головний консультант центру зовнішньополітичних досліджень
Національного інституту стратегічних досліджень

Водночас підкреслює, що головним ризиком для імпорту залишаються військові фактори, зокрема атаки на інфраструктуру. Саме вони можуть вплинути на логістику та ускладнити постачання товарів як морем, так і залізницею.

Щодо можливого блокування кордонів, експерт вважає, що навіть у разі таких сценаріїв суттєвого падіння імпорту може не відбутися. Водночас звертає увагу на іншу проблему — значне від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі. Іван Ус наголошує, що за два місяці від'ємне сальдо вже перевищило \$8 млрд, що є критичним показником і може змусити державу вживати заходів для обмеження імпорту.

”

«Це шалена цифра. Можливо, з боку України будуть дії щодо обмеження імпорту для нормалізації ситуації з платіжним балансом. Бо валюта виходить з України більше, ніж заходить»,



Іван Ус

головний консультант центру зовнішньополітичних досліджень
Національного інституту стратегічних досліджень

Як бізнесу працювати з імпортом у стрес-сценарії. Рекомендації та прогнози. Імпорт 2030 року. Погляд UTEC Group

До 2030 року імпорт в Україну трансформується відповідно до двох ключових факторів: тривалості воєнних дій і темпів повоєнного відновлення. Проте в обох сценаріях логістична компанія UTEC Group виділяє, що роль міжнародної логістики для української економіки лише зростатиме.



«Після завершення війни обсяги імпорту товарів військового призначення поступово скорочуватимуться, хоча повністю цей сегмент не зникне. Натомість зростатиме попит на імпорт промислового обладнання, будівельної техніки, рішень для металургії та енергетики — усього, що буде необхідним для відбудови країни та запуску нових виробничих потужностей»



Андрій Ткачук

засновник і власник UTEC Group

Окремим драйвером, виділяє він, стане відкриття та інтеграція українського бізнесу в європейські ринки. Це стимулюватиме не лише імпорт, а й розвиток експорту, особливо у виробничому, аграрному та індустріальному секторах. Українські компанії активніше виходитимуть на міжнародні ринки, а отже, зростатиме потреба в якісній, швидкій і передбачуваній логістиці.



«Водночас стабільно високим залишатиметься попит на товари широкого вжитку. Споживчий імпорт продовжить бути важливою складовою ринку, а спрощення митних процедур, зокрема безмитне оформлення окремих категорій товарів, таких як енергетичне обладнання, додатково стимулюватиме ці потоки»,



Андрій Ткачук

засновник і власник UTEC Group

Ще один важливий фактор, на думку засновника та власника UTEC Group, — технологічний розвиток: «Технології, що розвивалися для військових потреб, поступово знаходять застосування в цивільних галузях. Зокрема в агросекторі, безпеці, інфраструктурі та автоматизації. Це формуватиме новий попит на імпорт високотехнологічного обладнання та комплектуючих і стане додатковим драйвером економічного зростання».

З погляду логістичної інфраструктури, після відкриття повітряного простору можна очікувати швидке відновлення авіаперевезень і повернення морської логістики в Україну. Ба більше, міжнародні гравці вже демонструють зацікавленість у виході на український ринок одразу після відкриття аеропортів. Це означає, що Україна має всі передумови, щоб стати важливим логістичним хабом у регіоні, говорить Андрій Ткачук.

Якщо ж воєнні дії триватимуть довше, український ринок все одно не зупиниться.



«За останні роки бізнес продемонстрував надзвичайну адаптивність, а логістика — здатність швидко перебудовувати маршрути та знаходити рішення навіть в умовах високої невизначеності. Ми спостерігаємо зростання попиту в категоріях, які раніше не були характерними для кризового періоду, зокрема в сегменті промислового обладнання. Це свідчить про те, що економіка продовжує працювати та формує попит на імпорт навіть у складних умовах»,



Андрій Ткачук

засновник і власник UTEC Group

Досвід компаній, які змогли не лише відновитися, але й зрости після 2022 року, показує: ключову роль відіграє здатність адаптуватися до обмежень.

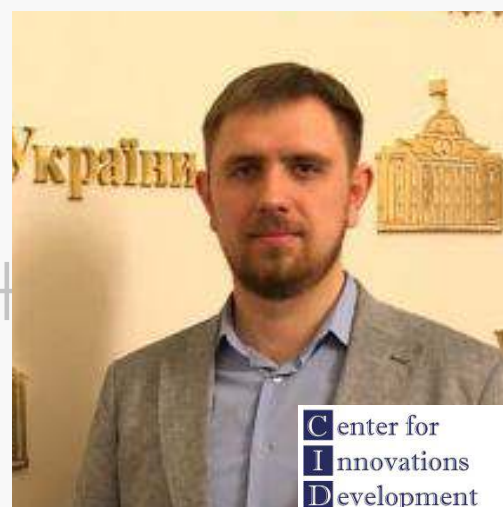
Аби не постраждати від повторних блокувань кордону, Done радять розміщувати товар на додаткових складах, якщо дозволяє маржа, а також закуповувати більше товару.

Водночас у Київському регіоні питання дефіциту якісних складських площ вже не є дискусійним.

”

«Бізнеси, які зростали під час війни, зробили кілька спільних дій. По-перше, вони швидко переорієнтували географію постачання: частка Китаю в українському імпорті зросла на 38% і сягнула \$14 млрд у 2024-му — це вже найбільший партнер з імпорту.

По-друге, вони освоїли нові логістичні коридори: Дунай, Транскаспійський маршрут, контейнерні поїзди через Сакартвело. По-третє, і це критично, — вони навчились працювати з міжнародним торговельним фінансуванням: ЄБРР, IFC, DFC підтримали торгових операцій на понад \$3 млрд»



Михайло Лейченко

директор з IT та аналітики Центру розвитку інновацій

Імпорт стає багатоканальною системою, де важливі не лише постачання, а й фінансування, швидкість реакції та кризовий менеджмент.

Стрес-сценарій як базова модель

Бізнес не розраховує на швидке відновлення й оцінює ситуацію більш обережно. У короткостроковій перспективі імпорт працюватиме в умовах постійних обмежень.



У разі нових обмежень або блокування кордонів бізнесу Іван Ус, головний консультант центру зовнішньополітичних досліджень Національного інституту стратегічних досліджень, рекомендує активно комунікувати з владою, шукати альтернативні ринки і частково переорієнтуватися на внутрішній ринок. Експерт підкреслює, що важливо також диверсифікувати діяльність і не залежати від одного виду продукції чи логістичного маршруту.

«Потрібно шукати альтернативні ринки, працювати з внутрішнім ринком, переорієнтовуватися. Якщо є блокування, пов'язане з одним видом продукції, треба знаходити інші можливості. Все ж не заблокуєш повністю»



Іван Ус

головний консультант центру зовнішньополітичних досліджень
Національного інституту стратегічних досліджень

Зміна та диверсифікація маршрутів

Навіть у разі блокувань або загострення ситуації імпорт не припиняється. Натомість змінюється географія і логістика — бізнеси відкривають нові маршрути.

Ключова зміна — у підході до логістики. Якщо раніше компанії будували один оптимальний маршрут, тепер вони одразу закладають кілька альтернатив: різні країни входу, порти та сценарії доставки. Це дозволяє не зупиняти імпорт навіть у разі локальних криз.



«Пропрацювати порти, в які на сьогодні можна приїжджати. Це не обов'язково мають бути Румунія, Гданськ, Роттердам. Це можуть бути будь-які порти, навіть у тій же Іспанії. Машини все одно будуть рухатись по Європі. Треба планувати завчасно потребу для вашого бізнесу та закупити товар, якщо є така можливість», — кажуть експерти Done.

Паралельно змінюється і горизонт планування. Бізнес починає працювати з запасами як інструментом стабільності: за можливості збільшує закупівлі наперед, розподіляє товари між складами і враховує ризики затримок на кордонах або в портах.

«За можливості варто закуповувати більше товару, розміщуючи його на додаткових складах, щоб не залежати від блокувань. Окремо варто враховувати ризики доставки через порти Одеси та Чорноморська і працювати зі страхуванням воєнних ризиків», — Done.

Окремо зростає роль портів та альтернативної логістики. Навіть в умовах війни вони залишаються робочими точками входу, а географія постачання розширюється далеко за межі традиційних маршрутів.

Також Zammler радять підготувати паливні резерви та запланувати логістику наперед.



«Насамперед варто розглядати формування паливних резервів там, де це можливо, хоча це і складний процес. Для цього потрібна відповідна ліцензія, адже пальне є акцизним товаром. Також за можливості доцільно завчасно імпортувати частину критично необхідних товарів, щоб забезпечити стабільність у разі перебоїв у майбутньому. Фактично ключовий інструмент у цих умовах — це проактивне планування з урахуванням ризиків, які можуть виникнути», — зазначають у Zammler.

Доступ до фінансів

В умовах нестабільної логістики доступ до грошей стає настільки ж важливим, як і доступ до товару. Done розповідають, що обігові кошти дозволяють не лише підтримувати імпортні операції, а й завчасно формувати запаси, щоб не залежати від можливих перебоїв з постачаннями. Окремо зростає роль альтернативного фінансування, яке дає бізнесу можливість не заморожувати власні кошти в товарі та логістиці.



«Важливо, коли в тебе є вільні гроші, за які ти можеш підтримати свій бізнес. Якщо ви займаєтесь імпортом, то рекомендуємо правильно планувати закупки і завозити більше товару вже зараз. Швидке фінансування імпорту можуть забезпечити альтернативні фінансові компанії: наприклад, ми беремо на себе до 70% фінансування угоди і розміщення товару на наших складах у Львові, Одесі та Києві», — кажуть в Done.

До того ж бізнесу варто не заморожувати обігові кошти в постачаннях, а використовувати паралельно, пояснюють у Done. Це важливо для підтримки операційної діяльності, роботи з клієнтами та масштабування. Фінансування імпорту дозволяє розподілити потоки товару та грошей, зберігаючи ліквідність компанії навіть у період доставки.

«Ви не заморожуєте свої гроші в товарі, який прямує до вас, — можете використовувати їх у маркетингу або в роботі з дебіторкою. Поки ми фінансуємо імпортне постачання, компанія може навіть дозамовити ще один контейнер і таким чином не лише втримати свій рівень, а й масштабувати бізнес», — говорять в Done.

Наявність фінансової подушки або доступу до швидкого фінансування може стати вирішальним фактором для виживання компаній.

”

«Це важливо для бізнесу — мати доступ до фінансування. Якщо є тимчасова зупинка, потрібно пояснювати фінансовому сектору, що це не кінець діяльності. Попит не зникає — він накопичується. І після відновлення роботи компанії зможуть це компенсувати»



Іван Ус

головний консультант центру зовнішньополітичних досліджень
Національного інституту стратегічних досліджень

Дослідження створено AIN
за підтримки Done і UTEC Logistics

Авторки

Редактори

Літературна редакторка

Артдиректорка

Продюсерка

Біздев-менеджерка

Дизайн та верстка

Тетяна Семаковська, Євгенія Цаценко

Юлія Бондар, Олександр Стрельников

Вікторія Оліщук

Поліна Цай

Вікторія Хоровець

Анна Коротких

Artycoders