

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2026. № 5. ISSN 2307-2105



Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.5.50>

УДК 339.564:663.4

I. В. Тюха,

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки праці та менеджменту,

Національний університет харчових технологій

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1629-398X>

Т. М. Балабан,

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

спеціальності D3 «Менеджмент»,

Національний університет харчових технологій

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0005-9905-2963>

РОЗВИТОК ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПИВО- БЕЗАЛКОГОЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

I. Tyukha,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of

Labor Economics and Management,

National University of Food Technologies

T. Balaban,

Candidate of educational degree «bachelor» specialty D3 "Management",

National University of Food Technologies

DEVELOPMENT OF THE EXPORT POTENTIAL OF UKRAINE'S BEER AND NON-ALCOHOLIC BEVERAGE INDUSTRY UNDER CURRENT CHALLENGES

У статті досліджено сучасний стан та перспективи розвитку пивобезалкогольної галузі України з акцентом на її експортний потенціал і конкурентоспроможність в умовах економічної нестабільності, спричиненої військовими діями. Встановлено, що у 2025 році виробництво пива зросло на 4,7% порівняно з 2024 роком і склало 134,3 млн декалітрів, однак це лише 79,1% від рівня 2021 року. Це свідчить про часткове відновлення галузі після значного спаду, спричиненого повномасштабним вторгненням, яке призвело до руйнування виробничих потужностей, енергетичних проблем та порушення логістичних ланцюгів.

Попри кризові умови, галузь демонструє поступову адаптацію та відновлення. Важливою тенденцією є зростання експорту алкогольних і безалкогольних напоїв, який у 2023 році збільшився на 38,3% порівняно з 2022 роком і досяг 283,01 млн дол. США, що підтверджує стійкий міжнародний попит на українську продукцію.

У роботі розглянуто сутність експортного потенціалу як системи внутрішніх ресурсів і зовнішніх можливостей підприємств. Проаналізовано основні підходи до його визначення: компаративний, ресурсний, функціональний і системно-структурний. Визначено ключові складові експортного потенціалу: виробничі, фінансові, кадрові, інноваційні, маркетингові та логістичні ресурси.

Окремо систематизовано внутрішні та зовнішні фактори формування конкурентоспроможності, а також підкреслено специфіку харчової галузі, зокрема високі вимоги до якості, короткий термін придатності продукції та необхідність адаптації до різних ринків.

Проаналізовано міжнародний досвід провідних країн Європи та США, де розвиток галузі базується на інноваціях, крафтовому виробництві та сильному брендингу. Виявлено основні тенденції українського ринку: зростання попиту на безалкогольне пиво, розвиток крафтового сегмента та зміна споживчих вподобань.

Зроблено висновок, що попри значні виклики, пиво-безалкогольна галузь України має суттєвий експортний потенціал. Його реалізація потребує модернізації виробництва, енергоефективності, диверсифікації ринків, розвитку безалкогольного та крафтового сегментів, дотримання міжнародних стандартів і посилення брендингу, що забезпечить довгострокове зростання експорту.

This article examines the current state and prospects of Ukraine's beer and non-alcoholic beverage industry, focusing on export potential and competitiveness under economic instability caused by military conflict. In 2025, beer production increased by 4.7% compared to 2024, reaching 134.3 million decaliters, but remained only 79.1% of the 2021 pre-war level. The analysis shows that the full-scale invasion significantly disrupted the industry through destruction of facilities, energy shortages, and forced relocation of enterprises. Despite this, the sector demonstrates gradual recovery and adaptation.

A key finding is the positive export trend: in 2023, exports of alcoholic and non-alcoholic beverages increased by 38.3% compared to 2022, reaching 283.01 million USD. This reflects stable international demand and the role of diaspora consumption and brand loyalty. Export potential is defined as a system of internal resources and external opportunities enabling effective participation in international markets. The study considers comparative, resource-based, functional, and system approaches, with emphasis on M. Porter's competitive advantage theory.

The research identifies key components of export potential, including production capacity, financial resources, human capital, innovation, marketing, and logistics. Internal and external factors influencing competitiveness are systematized. Industry-specific challenges include strict quality standards (ISO, HACCP, EU regulations), short shelf life, logistics complexity, and market adaptation requirements.

International experience from Germany, Belgium, the Czech Republic, the Netherlands, and the USA highlights innovation, craft development, and branding strategies. The Ukrainian market shows rising demand for non-alcoholic beer, growth of craft products, and changing packaging preferences.

The article concludes that despite energy instability, rising costs, regulatory barriers, and logistics disruptions, the industry retains strong export potential. Recommendations include modernization, energy efficiency, export diversification, expansion of non-alcoholic and craft segments, compliance with international standards, and strengthening branding and institutional support to ensure sustainable export growth.

Ключові слова: *пиво-безалкогольна галузь, експортний потенціал, конкурентоспроможність, міжнародні ринки, географічна диверсифікація.*

Keywords: *beer and non-alcoholic beverage industry, export potential, competitiveness, international markets, geographic diversification.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Пиво-безалкогольна галузь України є важливою складовою харчової промисловості та суттєво впливає на внутрішній ринок. Водночас її розвиток відбувається в умовах значних викликів, пов'язаних із повномасштабною війною, що спричинила руйнування виробничих потужностей, енергетичні проблеми, порушення логістики та втрату частини ринків збуту. Попри певне відновлення, зокрема зростання виробництва у 2025 році на 4,7%, галузь ще не досягла довоєнного рівня, що свідчить про наявність системних проблем її функціонування.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю підвищення конкурентоспроможності підприємств та розвитку їхнього експортного потенціалу як одного з ключових напрямів економічного відновлення. Зовнішні ринки можуть стати важливим джерелом зростання, оскільки внутрішній попит є обмеженим, а попит на українську продукцію за

кордоном зберігається, що підтверджується позитивною динамікою експорту напоїв.

Проблема полягає у недостатньому рівні реалізації експортного потенціалу галузі через вплив воєнних, економічних і регуляторних факторів, а також необхідність адаптації до вимог міжнародних ринків. Це потребує наукового обґрунтування підходів до формування та оцінки експортного потенціалу підприємств.

З наукової точки зору проблема пов'язана з удосконаленням теоретико-методичних підходів до визначення експортного потенціалу та конкурентоспроможності. З практичної — з розробкою ефективних механізмів відновлення та розвитку галузі, розширення експортних можливостей і зміцнення позицій українських виробників на міжнародних ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем розвитку експортного потенціалу та конкурентоспроможності підприємств ґрунтуються на працях провідних зарубіжних учених. Зокрема, вагомий внесок у формування теоретичних засад міжнародної конкуренції зробили М. Портер, який обґрунтував концепцію конкурентних переваг, а також П. Кругман, Дж. Даннінг та Г. Хамел і К. Прахалад, які розвивали положення про глобалізацію ринків, інтернаціоналізацію виробництва та ключові компетенції підприємств. Їхні підходи дозволяють розглядати експортний потенціал як результат взаємодії ресурсів, інновацій та ринкових стратегій компаній у глобальному середовищі.

Серед вітчизняних науковців значний внесок у дослідження експортного потенціалу та розвитку харчової промисловості зробили О. Савчук, Ю. Єгупов, Т. Власенко, О. Мирошник, О. Герасимчук та інші. У їхніх роботах розглядаються питання стратегічного управління підприємствами, підвищення конкурентоспроможності українських виробників, розвитку зовнішньоекономічної діяльності та адаптації підприємств до умов нестабільного економічного середовища. Окрему увагу

приділено впливу інновацій, державної підтримки та інтеграції України у світові ринки.

У контексті пиво-безалкогольної галузі наукові дослідження здійснювалися такими авторами, як О. Гончарова, І. Бондаренко, В. Кравченко, С. Литвиненко та М. Шевченко. У їхніх працях проаналізовано сучасні тенденції розвитку ринку пива та безалкогольних напоїв, структурні зміни в галузі, вплив споживчих уподобань, а також проблеми експортної діяльності підприємств. Дослідники акцентують увагу на зростанні значення безалкогольного та крафтового сегментів, необхідності впровадження міжнародних стандартів якості (ISO, HACCP), модернізації виробництва та розширення географії експорту як ключових чинників підвищення конкурентоспроможності українських виробників на світовому ринку.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є узагальнення сучасного стану пиво-безалкогольної галузі України, визначення ключових тенденцій її розвитку в умовах воєнних та економічних викликів, а також у комплексній оцінці експортного потенціалу підприємств галузі. Дослідження спрямоване на виявлення основних факторів, що впливають на конкурентоспроможність українських виробників на внутрішньому та зовнішніх ринках, систематизацію наукових підходів до трактування експортного потенціалу та конкурентних переваг, а також аналіз структури виробництва й експорту продукції.

Важливим завданням є також узагальнення міжнародного досвіду розвитку пиво-безалкогольної галузі та визначення можливостей його адаптації в Україні. Окрему увагу приділено обґрунтуванню практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності експортної діяльності підприємств, зокрема через модернізацію виробництва, впровадження інновацій, дотримання міжнародних стандартів якості, диверсифікацію ринків збуту та розвиток безалкогольного й крафтового сегментів.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні пиво-безалкогольна галузь займає важливе місце у харчовій промисловості

України та справляє суттєвий вплив на внутрішній ринок. У 2025 році виробництво пива зросло на 4,7% порівняно з 2024 роком і становило 134,3 млн декалітрів. Така динаміка свідчить про поступове відновлення галузі після початку повномасштабного вторгнення, однак показники все ще не досягли довоєнного рівня: обсяг виробництва у 2025 році становить лише 79,1% від рівня 2021 року [3;7].

Повномасштабна війна негативно вплинула на розвиток галузі, що проявилось у пошкодженні або знищенні підприємств, окупації частини виробничих територій та загостренні енергетичної кризи. У цих умовах виробники були змушені здійснювати релокацію підприємств і шукати нові ринки збуту, зокрема активізуючи експортну діяльність [4;10].

Водночас спостерігається позитивна динаміка у сфері експорту алкогольних і безалкогольних напоїв та оцту: у 2023 році його обсяг зріс на 38,3% порівняно з 2022 роком і становив 283,01 млн дол. Це свідчить про збереження стабільного міжнародного попиту на українську продукцію. Важливими чинниками такого зростання стали активна українська діаспора за кордоном, а також зростаюча лояльність споживачів до товарів вітчизняного виробництва [9;10].

В умовах економічної невизначеності, зумовленої військовими діями та порушенням стабільності виробничо-логістичних ланцюгів, особливої актуальності набувають питання розвитку експортного потенціалу та підвищення конкурентоспроможності пиво-безалкогольної галузі України [1;8].

Експортний потенціал відображає можливості підприємств у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Сам термін «потенціал» походить від латинського *potentia* і означає «приховані можливості», які можуть бути реалізовані за певних умов. У науковій літературі сформовано низку підходів до його трактування, серед яких найпоширенішими є компаративний, ресурсний, функціональний та системно-структурний [4;10].

Компаративний підхід ґрунтується на теорії конкурентних переваг М. Портера, відповідно до якої експортний потенціал підприємства визначається його конкурентоспроможністю в межах галузі шляхом порівняння з іншими учасниками ринку. Ресурсний підхід зосереджується на аналізі обсягу та структури наявних ресурсів підприємства як бази для формування експортних можливостей. Функціональний підхід розглядає експортний потенціал через призму виконуваних ним функцій у зовнішньоекономічній діяльності. Системно-структурний підхід трактує його як складну систему взаємопов'язаних елементів, спрямовану на забезпечення ефективного функціонування суб'єкта міжнародної економічної діяльності [1;8].

Узагальнено експортний потенціал можна визначити як здатність підприємства виходити на зовнішні ринки та розширювати свою діяльність на основі наявних ресурсів, компетенцій і досвіду, що забезпечує задоволення потреб міжнародних споживачів. Його основними складовими є виробничі, фінансові, кадрові, інноваційно-технологічні, маркетингові та логістичні ресурси.

Формування експортного потенціалу відбувається під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів. До внутрішніх належать виробничо-технологічні можливості, рівень управлінських компетенцій та інноваційна активність підприємства, тоді як зовнішні охоплюють конкурентне середовище, державну підтримку, торговельні бар'єри та загальну міжнародну кон'юнктуру.

Важливу роль у розвитку експортного потенціалу відіграє конкурентоспроможність, яка визначає здатність підприємств ефективно конкурувати на зовнішніх ринках. Згідно з концепцією М. Портера, конкурентні переваги формуються за рахунок постійних інновацій та ефективної взаємодії бізнесу і держави, яка через економічну політику може стимулювати розвиток національних виробників. У цьому контексті конкурентоспроможність розглядається на чотирьох рівнях: продукції,

підприємства, галузі та країни, що комплексно визначає позиції на міжнародному ринку.

Харчова промисловість має низку специфічних особливостей, які безпосередньо впливають на формування та реалізацію експортного потенціалу. Насамперед це підвищені вимоги до якості та безпеки продукції. Для виходу на міжнародні ринки необхідним є дотримання стандартів (ISO, НАССР, вимоги ЄС), суворих санітарно-гігієнічних норм, а також обов'язкова сертифікація та системний контроль якості [3;5].

Крім того, харчова продукція часто характеризується обмеженим терміном придатності, що зумовлює потребу в ефективній та швидкій логістиці, а також у чіткому управлінні ланцюгами постачання. Важливим є й фактор адаптації продукції до особливостей різних ринків, що визначається смаковими вподобаннями споживачів, релігійними обмеженнями та сезонністю попиту. Окремим викликом виступає необхідність забезпечення спеціальних умов транспортування та зберігання продукції.

Міжнародний досвід розвитку пиво-безалкогольної галузі є важливим джерелом для формування ефективних підходів до реалізації експортного потенціалу. Країни Європи, зокрема Бельгія, Німеччина, Чехія та Нідерланди, є провідними світовими виробниками та експортерами пива. Їхній успіх базується на багаторічних традиціях пивоваріння, високих стандартах якості, розвиненій мережі малих і середніх пивоварень, а також активному просуванні національних брендів.

Досвід США свідчить про стрімкий розвиток сегменту крафтового пива та інноваційних безалкогольних напоїв. Важливу роль відіграє підтримка малого бізнесу, ефективні маркетингові стратегії та орієнтація на унікальність продукції. Країни Азії, своєю чергою, демонструють динамічне зростання як внутрішнього споживання, так і експортного потенціалу, поєднуючи традиційні технології з сучасною автоматизацією та цифровізацією виробничих процесів.

Пиво-безалкогольна галузь України у 2025 році демонструє ознаки поступового відновлення після спаду, спричиненого повномасштабною війною, однак залишається під впливом низки викликів, зокрема логістичних обмежень, регуляторних бар'єрів та змін споживчих вподобань. Найпопулярнішим видом продукції залишається світлий лагер, водночас спостерігається зростання попиту на безалкогольне пиво, особливо серед молоді та водіїв. Це зумовлено загальносвітовим трендом на здоровий спосіб життя та зниження споживання алкоголю, що стимулює виробників до розширення асортименту безалкогольних і крафтових сортів [4;7].

Загалом галузь за останні роки зазнала значних трансформацій, а аналіз динаміки виробництва свідчить про її циклічний характер із періодами спаду та поступового відновлення.

Таблиця 1. Динаміка виробництва пива в Україні у 2020-2025 рр.

Рік	Обсяг виробництва, млн дал	Зміна до попереднього року, %	% до 2021 року
2020	179,7	-0,4	105,4
2021	170,5	-5	100
2022	122,8	-27,9	72
2023	133,6	+8,8	78,4
2024	140	+4,8	82,4
2025	134,3	-4,7	79,1

Джерело: складено автором на основі [7]

Як свідчать дані табл. 1, найбільше падіння виробництва спостерігалось у 2022 році внаслідок повномасштабної російської агресії, коли обсяги скоротилися на 27,9% порівняно з 2021 роком [3;5].

У подальші роки простежується поступове відновлення галузі, однак до кінця 2025 року обсяги виробництва становили лише 79,1% від довоєнного рівня 2021 року, що свідчить про необхідність подальших системних заходів щодо стабілізації та розвитку галузі [1;4].

Основними проблемами пиво-безалкогольної галузі залишаються:

- часткова зупинка виробництв через воєнні дії та перебої з енергопостачанням;

- зростання собівартості продукції внаслідок подорожчання сировини, упаковки та логістичних витрат;
- регуляторні бар'єри, пов'язані зі складнощами ліцензування, маркування та акцизного регулювання [5;8].

Водночас український ринок пива демонструє динамічний розвиток, адаптуючись до змін споживчих уподобань та економічних умов. Серед основних тенденцій слід відзначити:

- збереження популярності світлого лагера серед споживачів;
- зростання попиту на безалкогольне пиво, зумовлене трендом здорового способу життя;
- розвиток крафтового сегмента, в якому локальні виробники поступово посилюють свої позиції;
- перехід до баночного формату упаковки, що стає все більш популярним серед споживачів [5;6].

Структурно ринок пива в Україні поділяється на великі виробничі компанії («Оболонь», «Carlsberg Ukraine», «AB InBev Efes», «Перша приватна броварня»), регіональні пивоварні, які пропонують унікальні сорти продукції, та крафтові броварні, що, попри відносно невелику частку ринку, забезпечують стабільний споживчий попит.

Подальший розвиток пиво-безалкогольної галузі України значною мірою визначається станом внутрішнього ринку, структурою його учасників та можливостями нарощування експортного потенціалу в умовах зовнішніх викликів.

Важливими перспективами розвитку галузі є подальше зростання безалкогольного сегмента як одного з ключових драйверів ринку, а також впровадження інновацій у смаках, упаковці та маркетингових підходах, що дозволяє залучати молодшу аудиторію споживачів. При цьому експортний потенціал галузі поступово зростає, особливо в напрямку країн ЄС, однак потребує обов'язкової сертифікації та адаптації продукції до міжнародних стандартів якості [4;10].

На сьогодні ринок пива України на 80–85% контролюється чотирма основними виробниками [5]:

1. Carlsberg Ukraine – лідер за часткою ринку;
2. ПрАТ «Оболонь» – друга позиція;
3. «AB InBev Efes Україна» – третє місце;
4. «Перша приватна броварня» – четверта позиція.

За даними Державної митної служби України, за 11 місяців 2024 року експорт пива із солоду становив 27,8 млн дол. США, тоді як у 2021 році цей показник досягав 42,2 млн дол. США. Це свідчить про те, що експорт ще не відновився до довоєнного рівня, однак позитивна динаміка останніх років вказує на поступове зміцнення експортних позицій галузі [4, с. 94].

Структура експортних напрямків суттєво змінилася в умовах війни. З початку російської агресії експорт до країни-агресора було повністю припинено. Історично значущими ринками були Молдова, Білорусь та Литва, проте нині географія постачань трансформувалася. До ключових імпортерів українського пива належать Молдова, країни Балтії (Литва, Латвія, Естонія), Польща, Німеччина, Китай, Японія та країни Латинської Америки [1;10].

Водночас експортна діяльність ускладнюється низкою зовнішніх факторів. Серед них – залежність від наземних транспортних коридорів через блокування морських шляхів, що призводить до зростання логістичних витрат і тривалості доставки. Додатковим викликом є систематичні атаки на енергетичну інфраструктуру України, які спричиняють перебої в енергопостачанні та збільшують витрати підприємств на резервні джерела енергії. Також значний тиск на внутрішній ринок чинить імпорт пива, що посилює конкуренцію та обмежує можливості розширення експортної діяльності українських виробників [9;10].

З огляду на зростання конкуренції на внутрішньому ринку та посилення імпортного тиску, доцільним є більш детальний аналіз структури імпортних поставок пива в Україну. Це дозволяє визначити основні країни-постачальники та оцінити їх вплив на національний ринок.

Таблиця 2. Структура імпорту пива за країнами-постачальниками у 2023-2024 рр.

Країна	Вартість імпорту, млн дол.	Частка, %	Характеристика
Бельгія	16,75	23,5	Преміальні бренди
Німеччина	11,44	16,1	Традиційні сорти
Чехія	7,9	11,1	Класичне пиво
Молдова	н/д	6	Регіональний виробник
Інші країни	н/д	43,3	Диверсифіковані поставки
Разом	71,32	100	-

Джерело: складено автором на основі [7]

Аналіз структури імпорту свідчить про домінування традиційних європейських виробників, зокрема Бельгії, Німеччини та Чехії, які забезпечують понад половину імпортних поставок пива на український ринок [5, с. 35]. Це підтверджує високу конкурентну присутність країн із розвиненою пивоварною традицією та стабільними експортними позиціями [9, с. 112].

У таких умовах підвищення конкурентоспроможності вітчизняної експортної продукції потребує комплексного підходу. Передусім, з огляду на енергетичну кризу, доцільним є інвестування в енергоефективне обладнання та альтернативні джерела енергії, що дозволить знизити собівартість виробництва та підвищити його стабільність. Важливим напрямом також є впровадження сучасних систем автоматизованого контролю якості, що сприятиме мінімізації витрат і забезпеченню відповідності міжнародним стандартам [3, с. 81].

Окремої уваги потребує трансформація асортиментної політики підприємств. Світові тенденції свідчать про стрімке зростання сегменту слабо- та безалкогольного пива, обсяг якого оцінюється у 25–30 млрд дол. США з прогнозом подвоєння до 2030 року. У зв'язку з цим доцільним є розширення відповідних лінійок продукції та розробка унікальних рецептур

безалкогольних напоїв на основі пивних технологій, орієнтованих, зокрема, на ринки країн Близького Сходу та Північної Африки [6, с. 122].

Важливим резервом зростання експортного потенціалу є розвиток крафтового сегмента, який відзначається високою доданою вартістю, автентичністю та зростаючим міжнародним попитом. Додатковим інструментом просування може стати участь у міжнародних конкурсах і фестивалях, що сприятиме підвищенню впізнаваності української продукції.

Поряд із цим, критично важливим є впровадження міжнародних систем управління якістю, гармонізація з європейськими регламентами та модернізація акредитованих лабораторій. Значну роль відіграє також географічна диверсифікація експортних ринків, зокрема розширення присутності в країнах ЄС, Африки та Близького Сходу, що дозволить знизити залежність від окремих напрямків збуту.

Не менш важливим є посилення брендингової політики та позиціонування української продукції на міжнародних ринках. Формування асоціацій із якістю, автентичністю та національною ідентичністю, а також використання образу стійкості та незламності України, можуть стати вагомими складовими конкурентної переваги [1, с. 50].

На сьогодні створення англomовних вебсайтів для брендів є важливим інструментом підвищення їхньої міжнародної впізнаваності. Використання міжнародних B2B-платформ розширює можливості пошуку нових партнерів і виходу на зовнішні ринки.

У сфері розвитку експортної логістики доцільною є диверсифікація транспортних коридорів шляхом активнішого використання залізничних маршрутів через західні кордони України та дунайських портів як альтернативи морським перевезенням. Для підвищення ефективності складської логістики необхідно створювати консолідаційні центри поблизу кордонів і впроваджувати сучасні системи управління складом. Використання цифрових платформ відстеження вантажів дозволить оптимізувати логістичні процеси та пришвидшити обмін інформацією. У

сфері управління ланцюгами постачання важливим є диверсифікація постачальників і формування стратегічних запасів критично важливої сировини [8, с. 145].

Значну роль у розвитку експортного потенціалу відіграє інституційна підтримка. За даними Кабінету Міністрів України, за п'ять місяців 2024 року Експортно-кредитне агентство України підтримало експорт на суму 2,93 млрд грн, що удвічі перевищує показник аналогічного періоду попереднього року. Офіс з розвитку підприємництва та експорту в межах проєкту «Дія.Бізнес» забезпечує консультаційний супровід експортерів, навчальні програми, сприяння пошуку іноземних партнерів та організацію участі у міжнародних виставках [7].

На державному рівні актуальним є створення галузевих експортних асоціацій для координації діяльності виробників і представлення їхніх інтересів, спрощення митних процедур для експорту харчової продукції та організація торговельних місій на перспективні ринки. Важливим чинником підвищення експортного потенціалу є розвиток партнерства та кооперації, особливо для малих і середніх підприємств, які обмежені у ресурсах для самостійного виходу на міжнародні ринки. Ефективним інструментом є також встановлення довгострокових відносин із провідними дистриб'юторами на цільових ринках [9, с. 301].

Додатковим каналом просування української продукції може виступати українська діаспора через громадські організації (зокрема Світовий конгрес українців), а також мережу українських магазинів і закладів харчування за кордоном. Перспективним є також співробітництво з науковими установами для спільних досліджень, розробки нових рецептур, стажування фахівців і аналізу тенденцій розвитку харчової промисловості [6, с. 125].

Таким чином, пиво-безалкогольна галузь України, попри наявні виклики, демонструє потенціал до відновлення та розвитку. Розширення експорту можливе за умови системного підходу, що передбачає модернізацію виробництва, адаптацію до міжнародних стандартів, географічну

диверсифікацію, удосконалення логістики та посилення державної підтримки. Використання глобальних трендів, зокрема зростаючого попиту на безалкогольне та крафтове пиво, відкриває нові можливості для українських виробників на світових ринках. Реалізація запропонованих заходів сприятиме не лише відновленню довоєнних обсягів експорту, а й забезпеченню його довгострокового зростання та зміцненню позицій України на міжнародному ринку пиво-безалкогольної продукції.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Проведене дослідження засвідчило, що пиво-безалкогольна галузь України залишається вагомим сегментом харчової промисловості та поступово відновлюється після значного спаду, спричиненого повномасштабною війною. Динаміка виробництва у 2020–2025 роках характеризується різким падінням у 2022 році та подальшим частковим відновленням, однак довоєнний рівень ще не досягнуто. Експортні позиції галузі також знизилися, що актуалізує необхідність їх подальшого зміцнення.

Встановлено, що експортний потенціал формується під впливом ресурсних, технологічних, інноваційних, маркетингових і логістичних чинників, а ключовим елементом його реалізації є конкурентоспроможність продукції та підприємств. Основними стримувальними факторами залишаються енергетична нестабільність, логістичні обмеження, зростання витрат і посилення імпоротної конкуренції, що потребує системних заходів модернізації виробництва та адаптації до міжнародних стандартів.

Перспективним напрямом розвитку визначено розширення сегменту безалкогольного та крафтового пива, а також географічну диверсифікацію експорту з орієнтацією на ринки ЄС, Близького Сходу та Африки. Важливу роль відіграє також посилення брендингу та формування позитивного іміджу української продукції на зовнішніх ринках.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на оцінку ефективності інструментів державної підтримки експорту, удосконалення моделей

управління експортним потенціалом підприємств, а також аналіз впливу цифровізації на логістичні та маркетингові процеси в галузі.

Література

1. Єгупов Ю. А., Шміголь М. М. Стратегічне управління розвитком підприємств харчової промисловості України. *Економіка України*. 2023. № 5. С. 45–53.
2. Власенко Т., Мирошник О., Герасимчук О. Strategic planning as a tool for managing the economic behavior of an enterprise. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2025. № 17. С. 104–109. DOI:10.36887/2415-8453-2025-1-17.
3. Гончарова О. П. Тенденції розвитку пивоварної галузі України в умовах глобалізації. *Економіка та управління АПК*. 2023. № 2. С. 78–85.
4. Бондаренко І. В. Експортний потенціал харчової промисловості України: сучасний стан та перспективи. *Вісник економічної науки України*. 2024. № 1. С. 92–98.
5. Кравченко В. М. Розвиток ринку пива та безалкогольних напоїв в Україні. *Харчова промисловість*. 2023. № 4. С. 33–39.
6. Литвиненко С. А. Інноваційні підходи до розвитку крафтового пивоваріння. *Бізнес Інформ*. 2024. № 6. С. 120–126.
7. ПрАТ «Укрпиво». Офіційний сайт. URL: <http://ukrpivo.com>
8. Шевченко М. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств харчової галузі. *Економічний простір*. 2023. № 182. С. 140–147.
9. Krugman P. R., Obstfeld M., Melitz M. J. International Trade: Theory and Policy. *Global Edition. 12th ed. Harlow : Pearson Education*, 2024. 368 p.
10. Rodrik D. Straight Talk on Trade: Ideas for a Sane World Economy. *Princeton : Princeton University Press*, 2021. 296 p.

Reference

1. Yegupov Yu. A. and Shmihol M. M. (2023) “Strategic management of the development of food industry enterprises in Ukraine”, *Economy of Ukraine*, vol. 5, pp. 45–53.
2. Vlasenko, T., Myroshnyk, O. and Herasymchuk, O. (2025), “Strategic planning as a tool for managing the economic behavior of an enterprise”, *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*, vol. 17, pp. 104–109, DOI:10.36887/2415-8453-2025-1-17.
3. Goncharova, O.P. (2023), “Tendencies of development of the brewing industry of Ukraine in the conditions of globalization”, *Ekonomika ta upravlinnia APK*, vol. 2, pp. 78–85.
4. Bondarenko, I.V. (2024), “Export potential of the food industry of Ukraine: current state and prospects”, *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, vol. 1, pp. 92–98.
5. Kravchenko, V.M. (2023), “Development of the beer and non-alcoholic beverages market in Ukraine”, *Kharchova promyslovist*, vol. 4, pp. 33–39.
6. Lytvynenko, S.A. (2024), “Innovative approaches to the development of craft brewing”, *Biznes Inform*, vol. 6, pp. 120–126.
7. The official site of PrJSC “Ukrpivo” (2026), “News and information about the brewing industry in Ukraine”, available at: <http://ukrpivo.com> (Accessed 12 April 2026).
8. Shevchenko, M.I. (2023), “Managing the competitiveness of food industry enterprises”, *Ekonomichniy prostir*, vol. 182, pp. 140–147.
9. Krugman, P. Obstfeld, M. and Melitz, M. (2024), *International Trade: Theory and Policy*, Global Edition. 12th ed., Pearson Education, Harlow, UK.
10. Rodrik, D. (2021), *Straight Talk on Trade: Ideas for a Sane World Economy*, Princeton University Press, Princeton, USA.

Отримано редакцією журналу / Received: 20.04.26

Прорецензовано / Revised: 30.04.26

Дата публікації / Published: 26.05.26