



Home » Економіка » Гаманець під тиском: що буде з цінами на продукти

Гаманець під тиском: що буде з цінами на продукти

ЛИСЕНКО КАТЕРИНА – 30 Квітня 2026, 09:24 2 Mins Read – ЕКОНОМІКА



Важливі новини щодня – додайте «Експерт» в улюблені джерела Google

У другій половині 2026 року українцям доведеться платити більше за продукти. Експерти пояснюють: подорожчання пального та зростання тарифів на електроенергію для бізнесу вже формують нову хвилю підвищення цін.

Як **зазначають** фахівці, до середини року різких змін не очікується. Причина – аграрії заздалегідь закупили пальне для посівної кампанії. Проте цей ресурс поступово вичерпується.

Коли виробники почнуть купувати нові партії пального за актуальними цінами, собівартість продукції неминуче зросте. За оцінками, подорожчання складе близько 8–10% і відбуватиметься поступово.

Додатковим фактором стане підвищення тарифів на електроенергію для бізнесу. Це вплине на всі етапи виробництва – від переробки до зберігання і транспортування продукції. Енергоємні підприємства, зокрема елеватори, холодильні склади та тепличні комплекси, вже готуються до зростання витрат.

Найбільше це відіб'ється на цінах овочів, фруктів і молочної продукції. Причина проста – ці категорії мають довгий логістичний ланцюг і значну залежність від транспортування.

Водночас частина продуктів тимчасово утримає ціни завдяки сезонному фактору. Наприклад, овочі борщового набору ще продаються із запасів минулого врожаю, а зростання пропозиції огірків і помідорів від українських виробників стримує подорожчання. Після свят також традиційно дешевшають яйця через зниження попиту.

Експерти наголошують: пальне вже зараз займає значну частку у собівартості продукції – від 9 до 12% для зернових. Через його подорожчання виробничі витрати зростають ще на кілька відсотків.

Окремою проблемою залишається здорожчання газу, що впливає на виробництво добрив. Це може призвести або до додаткового зростання собівартості, або до зниження врожайності.

У цілому аграрії оцінюють потенційне зростання виробничих витрат на рівні до 20%. Однак це не означає автоматичного підвищення цін у магазинах на ту ж величину.

Ринок стримує купівельна спроможність українців. Продавці змушені балансувати між витратами і можливостями покупців, тому частину навантаження беруть на себе.

Читайте ЕКСПЕРТ у Google News