

Туреччина тримає 63% імпорту томатів: що заважає Україні вирощувати помідори взимку

09:55 11.06.2026 Чт

👁 3 ж


Україна імпортує помідори з країни по той бік Чорного моря, хоча могла б вирощувати їх вдома

 [ТЕТЯНА СТЕПАНОВА](#)

 [ІРИНА КОСТЮЧЕНКО](#)



Фото: Туреччина забезпечує 75% всього імпорту томатів (Getty Images)

 Не витрачай час на шум! Читай тільки суть з РБК-Україна у Google

Вітчизняні теплиці не витримують конкуренції, частка українських тепличних овочів на ринку взимку - не більше 10%. Тим часом Туреччина вже понад 20 років стабільно забезпечує 75% всього імпорту томатів.

Про це йдеться у матеріалі РБК-Україна ["Битва за полиці. Чому Україна нарощує імпорт продуктів і хто в цьому винен"](#).

Головне:

- Імпорт томатів у 2025 році зріс на 31% до 104,82 тисяч тонн.
- "Томатне" сальдо пішло в мінус на 140,4 млн доларів.
- Туреччина сконцентрувала 82% імпорту томатів у 2025 році, 63% у січні-квітні 2026-го.
- Частка вітчизняних тепличних овочів на ринку взимку - не більше 10%.

Туреччина постачає помідори в Україну вже 20 років поспіль. Але якщо раніше її частка трималася на рівні 75%, то в 2025 вона зросла до 82%, а в перші місяці 2026-го - до 63% поточного імпорту.

Ще два десятки років тому Україна експортувала свої томати, а сьогодні демонструє хронічну торговельну залежність.

Читайте також: [В Україні подешевшала молода капуста: скільки коштує](#)

Чому помідори везуть з Туреччини

В Україні томати активно вирощують у відкритому ґрунті у липні-вересні.

Взимку та навесні собівартість місцевих тепличних овочів робить їх "золотими".

Через регулярні обстріли постійно виносяться розподільчі та генеруючі енергооб'єкти, склади, овочесховища і термінали, перекивається логістика, не вирішується дилема кадрів і мобілізації.

На виробника тиснуть високі інфляційні витрати - тарифи на світло, воду, газ, індексація зарплат.

"Для тепличних комбінатів і молокопереробних підприємств електроенергія залишається головним боєм - і у 2026 році тариф на передачу зріс ще на 8%", - зазначив у коментарі РБК-Україна аналітик асоціації "Український клуб аграрного бізнесу" (УКАБ), Максим Голка.

Двадцять років монополії

Туреччина контролює три четверті українського імпорту помідорів протягом останніх двадцяти років.

Томати з південної сусідки України надійно закривають місцевим гуртовикам і мережам період міжсезоння, виграючи у ціні, калібруванні й оперативній логістиці.

"Овочі мають стабільний товарний вигляд", - пояснила РБК-Україна директор департаменту управління товарною категорією фреш мережі VARUS Дарина Палагута.

Проте експерти вважають, що говорити про те, що мережі свідомо віддають перевагу турецьким томатам, некоректно.

Коли шальки терезів зламались

Український виробник змушений конкурувати не просто з турецьким фермером, а з цілою державною машиною підтримки, яка забезпечує турецьким овочам агресивну цінову перевагу на полицях українських супермаркетів.

Україна, вступаючи до Світової організації торгівлі (СОТ) у 2008, прийняла на себе жорсткі зобов'язання.

Натомість Туреччина найактивніше вдається до засобів торговельного захисту у світі, регулярно ініціюючи розслідування проти імпорту, щоб захистити власний ринок.

Поки український виробник бореться за фізичне виживання підприємства, турецький фермер функціонує в системі багаторічної державної опіки.

Через турецьке урядове агентство розвитку малого та середнього бізнесу KOSGEB та Міністерство торгівлі виробники отримують гранти на впровадження нових технологій, енергоефективність та сертифікацію продукції. Це поглиблює структурну нерівність з українськими виробниками.

> **Читайте також:** [Що буде з цінами на "борщовий набір" улітку: прогнози експертів](#)

Рух вгору: від торговельних війн до технологічної перебудови

Українським виробникам потрібен не пасивний захист, а системна підтримка й довгі контракти зі збутом. Це все забезпечується у комплексі підтримкою модернізації виробничих потужностей.

Антидемпінгові мита, урядові 220 млн гривень на овочесховища, теплиці та гранти на переробку "єРобота", "Національний кешбек" на овочі вже створюють базу для змін.

Проте цього недостатньо без нової моделі ринку. Ключ до розвитку галузі – перехід від продажу сировини до глибокої переробки й продукції з вищою доданою вартістю.

Майбутнє тепличного овочівництва визначає не кількість субсидій, а перехід від постачання сезонної сировини до глибокої переробки - консервів, замороженої продукції, функціональних інгредієнтів, які дають вищу маржу й відкривають експортні ринки.

 **Не пропустіть головне! Підпишіться на наші оновлення в Google!**

Або читайте нас там, де вам зручно!



Більше по темі:

[Туреччина](#) [Ціни на продукти](#) [Помідори](#)

Реклама

Ad

НОВИНИ



РФ атакувала Україну ракетами "Іскандер-М" та сотнями дронів: як відпрацювала ППО

АНАЛІТИКА



Ірина Костюченко
кореспондентка розділу "Бізнес"
Битва за полиці. Чому Україна нарощує імпорт продуктів і хто в цьому винен

Реклама

Ad

НОВИНИ

Новини України
Війна в Україні
Економіка
Світ
Надзвичайні події

ПОЛІТИКА

БІЗНЕС

Економіка
Фінанси
Авто
Tech
Енергетика
Біла економіка

АНАЛІТИКА

Статті
Інтерв'ю
Точка зору

ЖИТТЯ

Гроші
Зміни
Освіта
Суспільство

РОЗВАГИ

Шоу бізнес
Поради
Гороскопи
Свята
Цікаве
Спорт

LIFESTYLE

Психологія
Їжа
Подорожі
Здорове життя
Мода та краса

[Про компанію](#)

[Розмістити рекламу](#)

[Редакційна політика і стандарти](#)

[Як стати нашим автором](#)

[Правила користування](#)

[Правова інформація](#)

[Політика конфіденційності](#)

[Контакти](#)

[Команда](#)

[Вакансії в РБК-Україна](#)

Інформаційний портал «РБК-Україна» має тримовну версію (українську, російську та англійську), головна сторінка portalu - <https://www.rbc.ua>. Фотографії, зображення належать їх правовласникам. Всі фотографії на Порталі, авторами яких є журналісти «РБК-Україна», розміщені на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International. Редакція «РБК-Україна» може не поділяти точку зору авторів. Оціночні судження не підлягають спростуванню та доведенню їх правдивості. За достовірність та зміст реклами відповідальність несе рекламодавець. Матеріали, позначені плашкою: «Прес-реліз», «Спецпроект», «Партнерський матеріал», «Промо», «Благодійність», «Резонанс» розміщуються на правах реклами і призначені, як правило, для осіб, які досягли 21-річного віку. «Новини компанії» - це інформаційний формат, що охоплює новини, події та оголошення, пов'язані з діяльністю компанії, базуються на пресрелізах, які випускають самі компанії, і за які редакція не несе відповідальність. Онлайн-медіа «РБК-Україна» призначене для осіб віком від 21 року.

© LLC «UBT MEDIA», 2006-2026.