

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. 2022. № 8.

DOI: 10.32702/2307-2105.2022.8.19

УДК 339.166.82:635.07

В. Р. Крупа,

*к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Львівський національний університет природокористування*

ORCID ID: 0000-0001-8658-7735

КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

V. Krupa,

*PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship,
Trade and Exchange Activities, Lviv National Environmental University*

COMMERCIAL ACTIVITY OF FRUIT AND VEGETABLE MARKET ENTITIES IN LVIV REGION

У статті досліджуються особливості організації та здійснення комерційної діяльності різних груп економічних суб'єктів на регіональному ринку плодоовочевої продукції. Означено, ринково-виробничі умови організації торгівлі плодоовочевою продукцією у Львівській області. Дано загальну характеристику структурних компонентів регіонального плодоовочевого ринку, окреслено конкурентні переваги національних та закордонних операторів ринку. Здійснено аналіз показників, що характеризують комерційну діяльність сільськогосподарських підприємств, господарств населення, а також підприємств оптової та роздрібної торгівлі на ринку плодоовочевої продукції. Визначено чинники, які спричинили структурні зміни в окремих ринкових сегментах, вплинули на обсяги товарообороту і фінансові

результати реалізації овочів та фруктів. Обґрунтовано напрями розвитку комерційної діяльності суб'єктів регіонального ринку плодоовочевої продукції в сучасних умовах.

The article researches the peculiarities of the organization and implementation commercial activities of various groups of economic entities on the regional fruit and vegetable market. The market's and production conditions for the trade organization fruit and vegetable products in Lviv region are determined. The structure of the regional fruit and vegetable market consists of three main links: production and commercial; wholesale and brokerage; retail. The competitive advantages of national and foreign market operators are outlined. It has been analysis the indicators describing the commercial activity conditions and results of agricultural enterprises, households, as well as wholesale and retail trade enterprises on the fruit and vegetable market. According to the results of the analysis, it has been reveal significant dynamic fluctuations in the volumes and prices of fruit and vegetable sales by agricultural enterprises. The factors affected the turnover volume and the of commercial activity efficiency of producers were determined. The analysis results testified about the necessity to improve the regulation mechanisms of the fruit and vegetable market, enterprises marketing strategies, as well as, more careful planning of sales and forecasting of market conditions. An assessment of the household's economic role in shaping of the vegetables and fruits market supply is given. It has been clarified the reasons limited their commercial activities. The evaluation of the trading companies' commercial activity indicators revealed a steady growth trend of the fruit and vegetable wholesale and retail turnover volume. The directions of the commercial activities development of the regional fruit and vegetable market entities in the modern conditions are substantiated. It has been determined the next strategic tasks of professional producers and traders: to increase the competitiveness of fruit and vegetable, to develop the foreign trade, to implement the cooperation and integration of market entities, to develop new product segments, to introduce the innovative technologies.

***Ключові слова:** ринок плодоовочевої продукції, регіональний ринок, комерційна діяльність, торгівля, ринкова кон'юнктура.*

***Keywords:** fruit and vegetable market, regional market, commercial activity, trade, market conjuncture*

Постановка проблеми. В умовах воєнного стану в Україні особливо гостро постала проблема продовольчої безпеки і створення умов для повноцінного задоволення потреб населення у базових продуктах харчування. До них, без сумніву, можна віднести фрукти та овочі, які завдяки своїй харчовій і поживній цінності формують більше половини енергетичної забезпеченості організму людини і є джерелом цілого комплексу вітамінів та незамінних амінокислот. Відносна стійкість та масштабні обсяги попиту на плодоовочеву продукцію генерують значний комерційний інтерес суб'єктів господарювання, які здійснюють її постачанням на ринок і реалізацію кінцевому споживачу.

Результати комерційної діяльності суб'єктів ринку плодоовочевої продукції залежать не лише від умов формування попиту і пропозиції, але й від особливостей організації торгівлі, розвитку ринкової і логістичної інфраструктури, характеру взаємодії усіх учасників “продуктового ланцюга”, ефективності регуляторних заходів. Дія цих факторів характеризується істотними регіональними особливостями, що визначають структуру та обсяги товарообігу та фінансові результати від реалізації продукції.

Впродовж останніх декількох років оператори плодоовочевого ринку були змушені адаптуватися до глобальних змін споживчої поведінки в умовах пандемії Covid-19, посилення вимог до якості і безпечності продовольства, зростання конкуренції зі сторони імпортерів, кон'юнктурних коливань, внутрішніх та зовнішніх інституційних змін. У 2022 р. новим викликом для ринкових суб'єктів стала російсько-українська війна, яка спричинила не лише фінансові та логістичні проблеми, але й масштабні втрати територій на півдні країни, звідки постачалася основна маса окремих видів овочів та фруктів.

Описані процеси об'єктивно зумовлюють актуальність дослідження умов, за яких суб'єкти регіонального плодоовочевого ринку зможуть досягти комерційного успіху. У цьому контексті важливою є достовірна оцінка організаційно-економічних проблем та результатів торгівлі плодоовочевою продукцією, а також дієвості існуючих механізмів забезпечення її ефективності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми функціонування торгівлі в аграрній сфері всебічно розкриті у працях В. Андрійчука, Ю. Воскобійникова, С. Камілової, М. Маліка, П. Саблука. Особливості розвитку плодоовочевого ринку та окремих його сегментів досліджували В. Бойко, О. Крупа, В. Писаренко, В. Рудь, Н. Рожко, І. Яснолоб та ін. Водночас, регіональні аспекти комерційної діяльності економічних суб'єктів у сфері торгівлі овочами та фруктами потребують поглибленого аналізу.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження особливостей організації та здійснення комерційної діяльності різних груп економічних суб'єктів на регіональному ринку плодоовочевої продукції та обґрунтування напрямів її розвитку в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організація та ефективність комерційної діяльності суб'єктів господарювання на ринку плодоовочевої продукції передусім залежить від особливостей функціонування даного ринку та чинників, які визначають його кон'юнктуру.

Ринок плодоовочевої продукції розглядається як комплексна система галузей, сфер плодоовочевого виробництва та різноманітних установ, які функціонуючи у єдності забезпечують виробництво, переробку і збут продукції (виробленої на основі плодоовочевої сировини) з метою отримання прибутку [1, с. 334]. Через відповідні ринкові механізми здійснюється координація виробництва, переробки та розподілу овочів та фруктів для досягнення максимального рівня прибутковості усіма суб'єктами комерційної діяльності.

За твердженням фахівців на ринок плодоовочевої продукції та продуктів переробки в Україні впливають:

- врожайність та обсяг валового збору овочів та фруктів;

- якість та доступність овочесховищ та транспорту;
- динаміка чисельності та доходів населення;
- споживчі переваги;
- параметри експорту та імпорту товарів ринку плодоовочевої продукції та продуктів переробки [2].

Розвиток торгівлі плодоовочевою продукцією також тісно пов'язаний із регіональними ринково-виробничими умовами ведення бізнесу, до яких у Львівській області можна віднести:

1) функціонування у м. Львів оптового ринку сільськогосподарської продукції – ТзОВ “РСП “Шувар”, який за рахунок масштабного перерозподілу товарних потоків продукції (понад 500 тис. т щороку) істотно впливає на параметри кон'юнктури регіонального плодоовочевого ринку;

2) значний попит на плодоовочеву продукцію зі сторони суб'єктів сфери HoReCa, зумовлений туристичною привабливістю регіону. Ця група покупців формує підвищені вимоги до асортименту та якості продукції, а отже - визначає спрямованість комерційної діяльності постачальників та виробників;

3) розвинутий сектор малого аграрного підприємництва у Львівській області та високий рівень спеціалізації суб'єктів малого бізнесу на виробництві плодоовочевої продукції. Це сприяє зростанню галузевої конкуренції та розвитку нових напрямів діяльності у плодоовочевому сегменті ринку (органічне виробництво, переробка продукції, вирощування “нішевих” культур).

4) високий рівень взаємодії суб'єктів комерційної діяльності із зарубіжними торговими партнерами та можливості збільшення експорту плодоовочевої продукції до країн Європейського Союзу (ЄС). Цьому сприяє як географічне розташування регіону, так і лібералізація умов торгівлі плодоовочевою продукцією внаслідок підписання Україною Угоди про асоціацію з ЄС. Експортоорієнтований характер діяльності є важливим чинником підвищення якості продукції. Крім того, наближеність до ринків ЄС забезпечує диверсифікацію та стійкість пропозиції овочів і фруктів на

регіональному ринку за рахунок імпорتنих закупівель, а також трансфер сучасних технологій виробництва.

5) розвинута мережа ритейлу із широким представництвом супермаркетів відомих міжнародних торговельних корпорацій (Fozzy Group, “Metro”, “Aushan”), національних (“АТБ-Маркет” “Арсен”) та регіональних компаній. Також у регіоні функціонують численні міські продуктові ринки, спеціалізовані магазини та торгові точки, які забезпечують дрібногуртову та роздрібну торгівлю плодоовочевою продукцією. Поряд з цим у Львівській області наявна велика кількість підприємств, що спеціалізуються на глибокій заморозці, пакуванні, фасуванні, зберіганні та переробці плодоовочевої продукції.

Структуру ринку плодоовочевої продукції Львівської області формують три основні ланки:

1) Виробничо-комерційна – представлена внутрішніми виробниками свіжої та переробленої плодоовочевої продукції (підприємствами різних організаційно-правових форм, фізичними особами-підприємцями, господарствами населення), а також іноземними виробниками. Ці ринкові суб’єкти поєднують виробничу і комерційну діяльність. Організаційні засади останньої передбачають використання як прямих зв’язків із покупцями, так і взаємодію із представниками торгово-посередницької ланки. Реалізація продукції суб’єктами підприємництва зазвичай здійснюється оптовими партіями через організовані канали продажу (переробні підприємства, спеціальні групи закупівельників і споживачів, оптово-посередницькі структури, заклади роздрібної торгівлі). Частина продукції суб’єкти малого підприємництва реалізують дрібногуртовими партіями та вроздріб на оптовому ринку “Шувар”, продуктових ринках м. Львова та інших міст. Господарства населення здебільшого продають вирощені овочі та фрукти закупівельникам, на міських продовольчих ринках та через стихійні канали збуту (вулична торгівля, продаж за оголошеннями тощо).

2) Оптово-посередницька – представлена первинними заготівельними організаціями, приватними закупівельниками, оптовими базами та іншими посередницькими структурами, які здійснюють гуртову та дрібногуртову торгівлю плодоовочевою продукцією на внутрішньому ринку, а частина із них – забезпечують експортно-імпортні операції. Специфічним суб'єктом цієї ланки у Львівській області є ТЗОВ “РСП “Шувар”. Останній, попри приналежність до сфери торгівлі, самостійної торгівельної діяльності не здійснює. Сфера його комерційних інтересів пов'язана із наданням операторам ринку у короткотермінову та довготермінову оренду торгових місць, обладнання та інших ресурсів; розвитком торговельної інфраструктури; забезпеченням інформаційного, маркетингового, юридичного та консалтингового супроводу продажів і укладення угод між контрагентами. За рахунок цього забезпечується належна організація збуту плодоовочевої продукції, ефективна взаємодія операторів ринку, регулювання товарних потоків та ринкової кон'юнктури.

3) Роздрібна – представлена великими і малими торговельними підприємствами, міськими продуктовими ринками, суб'єктами готельно-ресторанного бізнесу, спеціалізованими групами споживачів. Досягнення цілей їх комерційної діяльності пов'язане із реалізацією свіжої, переробленої та приготованої плодоовочевої продукції кінцевому споживачу.

У результаті аналізу плодоовочевого ринку Львівської області встановлено, що у сегменті свіжих овочів та фруктів виробничо-комерційної ланки ринку основними конкуруючими суб'єктами є невеликі фермерські господарства та господарства населення. Збутова комерційна діяльність великих виробників зазвичай орієнтована на формування стійких каналів продажу вирощеної продукції переробним підприємствам, мережевим торговим компаніям або здійснення переробки продукції на власних потужностях із наступною її реалізацією через гуртово-роздрібну торговельну мережу.

З огляду на низку організаційно-економічних проблем комерційної діяльності вітчизняних операторів ринку, надходження значної частини свіжих овочів та фруктів на регіональний ринок забезпечується гуртовими та дрібногуртовими постачальниками Польщі, Еквадору, Туреччини, Італії, Іспанії, Португалії, Єгипту та ін. Причому, іноземні постачальники успішно освоюють традиційні для національного ринку продуктові сегменти: торгівля зернятковими і кісточковими, часником, картоплею, помідорами, огірками, капустою. Особливо конкурентний тиск зі сторони імпорту зростає у період сезонного дефіциту свіжої продукції. Проте, у 2022 р. його збільшення має місце й у період сезонного продажу окремих плодів та овочів, внутрішня пропозиція яких скоротилася через окупацію півдня України. Імпортовану продукцію здебільшого закупають торгові мережі, однак через логістичні канали розподілу її щораз більше надходить й на міські продуктові ринки та у невеликі магазини.

Головними конкурентними перевагами іноземних постачальників овочів та фруктів можна вважати: постійну наявність продукції; широту і стійкість її асортименту; високу якість; однорідність товарних партій; пристосованість для роздрібного продажу, фасування і пакування; чіткість виконання графіків постачань тощо. Проте ціна імпортованої продукції зазвичай є вищою і в окремі сезонні періоди вона майже не користується попитом споживачів.

Натомість, конкурентні переваги фермерів Львівщини на регіональному плодоовочевому ринку пов'язані із можливістю постачати товари меншими партіями широкому колу суб'єктів торговельного підприємництва, вищим рівнем екологічності продукції, задовільною її якістю при нижчих цінах. Проте, виробництво більшості продукції без сертифікації її якості і безпеки; непристосованість сховищ для тривалого зберігання продукції без втрати зовнішнього вигляду та якісних показників; нерозвиненість належних маркетингових комунікацій зі споживачами та закупівельниками, зв'язків з роздрібними мережами; відсутність привабливої упаковки та інші чинники роблять вітчизняних виробників плодоовочевої продукції досить вразливими у конкурентній боротьбі [3, 221-222]. Це істотно впливає на показники

товарообігу та ефективність реалізації овочів та фруктів усіма операторами ринку.

Оцінюючи показники комерційної діяльності сільськогосподарських підприємств Львівської області в розрізі основних груп плодоовочевої продукції, необхідно відзначити досить динамічні коливання обсягів реалізації та рівня цін (таблиця 1). Це свідчить, насамперед, про відсутність чітких прогнозів щодо місткості та кон'юнктури ринку, що зумовлено низьким рівнем контрактації продукції. Часто комерційна діяльність виробників здійснюється в умовах високого ступеня невизначеності та ризиків, що призводить до прийняття ірраціональних рішень щодо обсягів та періодів продажу овочів і фруктів.

Таблиця 1. Динаміка показників реалізації плодоовочевої продукції сільськогосподарськими підприємствами Львівської області*

Показники	2015р.	2018р.	2019р.	2020р.	2021р	2021р. до 2015р.,%
Картопля						
Кількість реалізованої продукції, т	40751	37444	35655	30241	33772	82,9
Середня ціна, грн/т	2351,0	3716,6	5869,8	5310,6	5243,4	2,2 рази
Співвідношення обсягів продажу та поточного виробництва, %	88,1	73,9	71,3	61,5	43,7	-44,4
Рівень рентабельності, %	0,9	23,5	-1,1	5,6
Овочеві культури						
Кількість реалізованої продукції, т	31385	7628	5600	12863	9321	29,7
Середня ціна, грн/т	4889,9	14404,0	19604,1	7105,4	10640,7	2,2 рази
Співвідношення обсягів продажу та поточного виробництва, %	88,9	29,6	18,8	40,8	20,6	-68,3
Рівень рентабельності, %	181,9	43,0	25,3	7,4
Плодові та ягідні культури						
Кількість реалізованої продукції, т	24630	86075	8540	17993	10869	44,1
Середня ціна, грн/т	8264,3	1789,0	7273,2	4756,4	6906,6	83,6
в т.ч. ягідної продукції, грн/т	28666,2	21013,3	23418,2	26222,7	35941,5	125,4
Співвідношення обсягів продажу та поточного виробництва, %	243,9	415,8	39,4	68,2	79,9	-164,0
Рівень рентабельності, плодової продукції%	...	-6,9	-2,2	9,0
Рівень рентабельності, ягідної продукції%	221,8	50,1	-10,2	29,1

* За даними джерела [4]

Загалом необхідно відзначити втрату комерційного інтересу професійних виробників до плодоовочевої продукції як ринкового товару. Причинами цього, крім недосконалості механізму функціонування даного сегменту аграрного ринку, стало зростання світових цін, а разом із цим й “експортної привабливості” та рентабельності зернових, сої, ріпаку, соняшнику. Це спонукало навіть невеликих фермерів змінити напрями капіталовкладень і структуру посівів на користь зернових і технічних культур.

Відносно стійкою впродовж 2018-2021 рр. є динаміка реалізації картоплі, однак відносно 2015р. обсяг продажу у 2021 р. скоротився на 17,1%. Стійкість пропозиції картоплі забезпечують лідери її виробництва у регіоні – ТзОВ “Контінентал Фармерз Груп” та ТОВ “Централ Плейнс Груп Україна”, які реалізують продукцію переважно переробним підприємствам за договорами контрактації. Необхідно відзначити відносно невисокий рівень ефективності виробництва картоплі у сільськогосподарських підприємствах навіть попри зростання її ціни. Це пов’язано з високим рівнем капіталомісткості бізнесу, у зв’язку з чим окупність інвестицій досить чутлива до показників урожайності картоплі. Попри те, що у 2019 р. частина професійних виробників картоплі через неврожай зазнала збитків, фактор високих роздрібних цін у вересні-жовтні став стимулом для розширення площ посадки у 2020 р.

Наявність оптимістичних прогнозів щодо сезонного (весняного) зростання цін картоплі та овочів, спонукає виробників значну частину урожаю акумулювати у запаси, через що показники рівня товарності цих видів продукції в окремі роки є низькими. Зокрема, досить високі очікування відносно майбутніх цін мали місце на ринку картоплі у 2020 та 2021 роках, а також на ринку овочів у 2019 та 2021 роках. Саме тоді обсяги реалізації означених видів продукції операторами ринку були найнижчими відносно поточних обсягів виробництва.

Успішній реалізації маркетингової стратегії, орієнтованої на очікування сприятливої ринкової кон’юнктури, сприяє зростання рівня забезпечення сільськогосподарських підприємств Львівщини картопле- та овочесховищами. Сховища дозволяють підприємствам мінімізувати втрати продукції, зберігати її

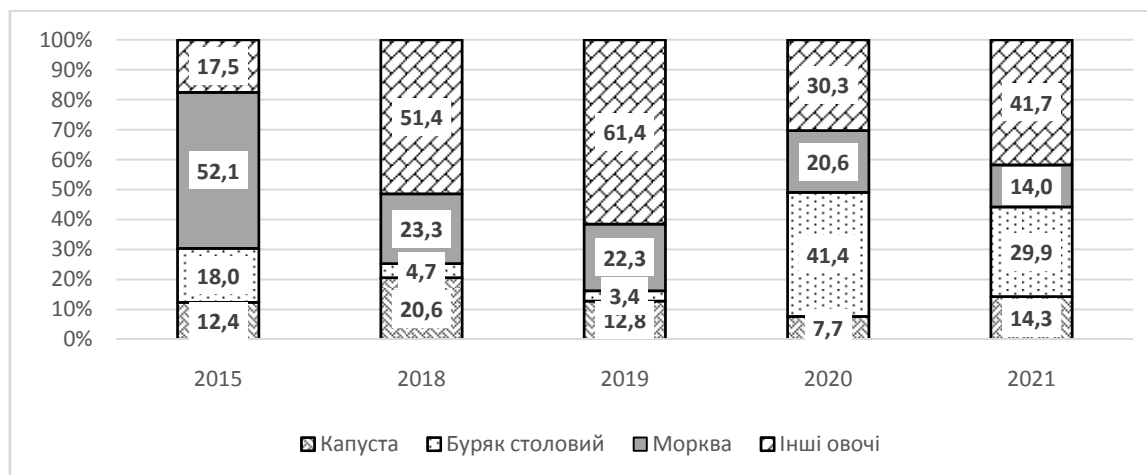
товарний вигляд, оперативно реагувати на зміни ринкових умов, регулювати пропозицію з метою підтримки сприятливої ринкової ціни, здійснювати регулярні поставки продукції замовникам і на цій основі підтримувати з ними стійкі економічні зв'язки [4].

Водночас, вичікувальна стратегія продажу потребує зваженого підходу, всебічного аналізу ринку і не завжди забезпечує позитивні фінансові результати. Наприклад, у 2019 р. на ринку овочів було досягнуто найвищого за аналізований період середнього рівня цін - 19604 грн/т, але при цьому обсяг реалізації продукції склав лише 18,8% від поточного обсягу виробництва. З огляду на неврожайний рік і закономірне зростання цін, виробники вдалися до штучного обмеження пропозиції. Очікуючи подальшого підвищення цін вони відмовилися від постачання продукції на ринок в достатніх обсягах. Це було стратегічною помилкою, оскільки дефіцит пропозиції овочів компенсували імпортери, що спричинило різке зниження цін у 2020 р. – у 2,8 р рази відносно попереднього року. В результаті рентабельність овочів зменшилася на 17,9 пунктів.

Можливість детально проаналізувати структурні та динамічні зміни у комерційній діяльності професійних виробників плодоовочевої продукції в окремих ринкових сегментах обмежується відсутністю офіційної інформації щодо обсягів продажу підприємствами помідорів, огірків, цибулі, баштанних. У Львівській області їх виробляють та реалізують лише декілька підприємств, зокрема, ТЗОВ “Сотеко”, ПАТ “Агрофірма “Провесінь”, ТЗОВ “Стрийтеплиця”. Складність вирощування пасльонових та цибулинних, потреба у значних капіталовкладеннях, теплицях, спеціальному холодильному обладнанні, а також сезонний характер попиту на означені групи овочів і висока конкурентоспроможність імпортової продукції не сприяють зростанню комерційного інтересу фермерів до цих напрямів плодоовочевого виробництва.

Водночас, доступні статистичні дані все ж дозволяють оцінити певні ринкові тенденції. Основні з них пов'язані зі скороченням у товарній структурі овочів частки продукції групи “борщового набору” (рисунок 1).

Овочі



Плоди і ягоди

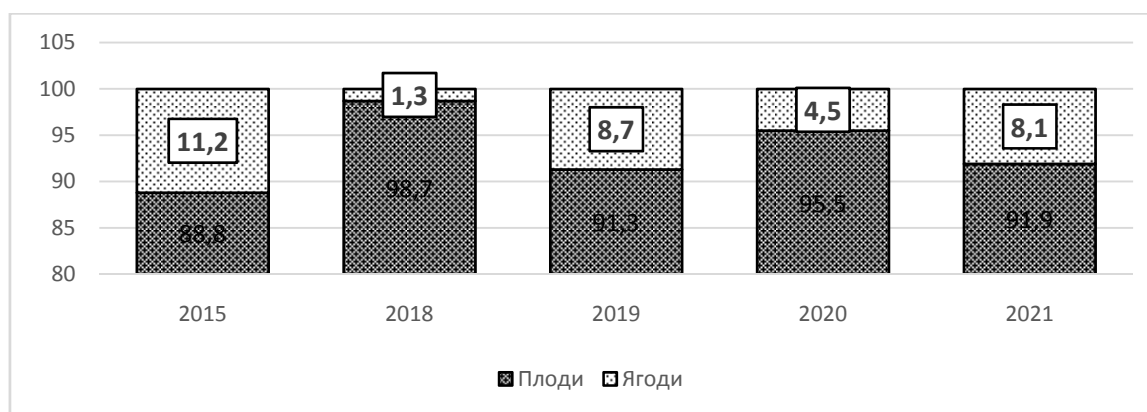


Рис. 1. Динаміка структурних змін в обсягах реалізації плодоовочевої продукції сільськогосподарськими підприємствами Львівської області

** За даними джерела [4]*

Зокрема, якщо у 2015 р. сукупна питома вага моркви, столового буряку і капусти складала 82,5%, то у 2019 р. – лише 38,6%. У 2020 році вона зросла до 69,7% у зв'язку зі збільшенням обсягів продажу. Ці структурні зрушення є результатом істотних змін обсягів виробництва та збуту окремих видів плодоовочевих культур, а також реалізації підприємцями відповідних маркетингових стратегій в умовах поточної ринкової кон'юнктури.

Впродовж аналізованого періоду найбільше зменшилася питома вага моркви – на 38,1 пунктів - внаслідок скорочення величини її пропозиції у 12,5 разів (таблиця 2). Різкий спад продажів після 2015 р. насамперед зумовлений відсутністю комерційних вигод від реалізації продукції переробним

підприємствам через вкрай низькі закупівельні ціни. Додатковими чинниками стало насичення ринку за рахунок збільшення обсягів виробництва господарствами населення.

Таблиця 2. Обсяги продажу та середні ціни окремих видів овочів, реалізованих сільськогосподарськими підприємствами Львівської області*

Види продукції	2015 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2021 р. в % до 2015 р.
Кількість реалізованої продукції, т						
Капуста	3904,4	1571,7	718,9	993,3	1333,4	34,2
Буряк столовий	5641,8	356,8	189	5331,4	2790,4	49,5
Морква столова	16357,8	1775,7	1251,1	2644,3	1309,1	8,0
Інші	65,3	310,8	3440,6	2280,5	3888,4	59,5 рази
Середня ціна, грн/т						
Капуста	5873,8	5588,0	9969,8	4834	5335,2	90,8
Буряк столовий	3650,1	4787,9	5808,1	1277,7	3367,7	92,3
Морква столова	2288,9	5683,0	4768,4	2727,3	3818,5	166,8

* За даними джерела [4]

Також в останні роки сільськогосподарські підприємства істотно зменшили пропозицію капусти. Відносно стабільна ціна даного виду продукції, в умовах щорічного зростання вартості ресурсів і робочої сили не дозволяє забезпечити належний комерційний ефект від її реалізації.

Підвищення ціни столового буряку у 2018-2019 рр. не стало фактором нарощування обсягів продажу. Останні, навпаки, у цей період були рекордно низькими через очікування виробниками подальшого росту цін. Однак, як уже зазначалося, така стратегія не виправдала себе, оскільки штучний дефіцит продукції компенсували імпортери. У підсумку, підприємства змушені були реалізувати у 2020 р. минулорічні запаси буряку (близько 5 тис. т) за ціною 1277,7 грн/т, що у 4,5 рази дешевше порівняно з 2019 р.

Плодово-ягідний сегмент регіонального ринку також характеризується зменшенням масштабів комерційних операцій з продажу продукції сільськогосподарськими підприємствами (див. табл. 1). За період 2015-2021 рр. обсяг реалізації фруктів та ягід зменшився на 65,9%. Однак, необхідно відзначити, що у 2015 р. їх було продано у 2,4 рази більше ніж вироблено. У

2018 р. перевищення обсягу реалізації над виробництвом склало 4,2 рази. Такі відмінності є наслідком активної комерційної діяльності підприємств по закупівлі плодово-ягідної продукції у населення з метою її наступного продажу переробним підприємствам або торговим посередникам. Також встановлено, що в останні кілька років близько 60% вирощених плодів підприємства переробляють на виноматеріали і концентровані соки на власних потужностях.

Відзначимо, що комерційна діяльність суб'єктів підприємництва з виробництва та продажу плодів не приносить їм значної економічної вигоди. Головні причини цього - нестабільна ринкова кон'юнктура, низький рівень цін, значний конкурентний тиск зі сторони імпортерів. Натомість ягідний бізнес в останні роки забезпечує підприємцям досить високі прибутки. Цьому сприяє позитивна цінова динаміка та зростання експортного потенціалу галузі через збільшення рівня споживання ягід у країнах ЄС. Особливо сприятливим для виробників ягідної продукції став 2021 р., оскільки через неврожай європейські оператори ринку збільшили обсяги закупівель в українських фермерів для забезпечення виконання контрактів. Середня ціна ягід у 2021 р. зросла порівняно з попереднім роком на 37,0% і склала 35941,5 грн/т. Основним напрямом комерційної діяльності у цьому сегменті ринку стає посилення експортної спрямованості бізнесу за рахунок постачання на європейський ринок органічної, замороженої і сублимованої продукції, а також збільшення обсягів виробництва високорентабельних видів ягід: лохини, ожини та інших для реалізації на внутрішньому ринку.

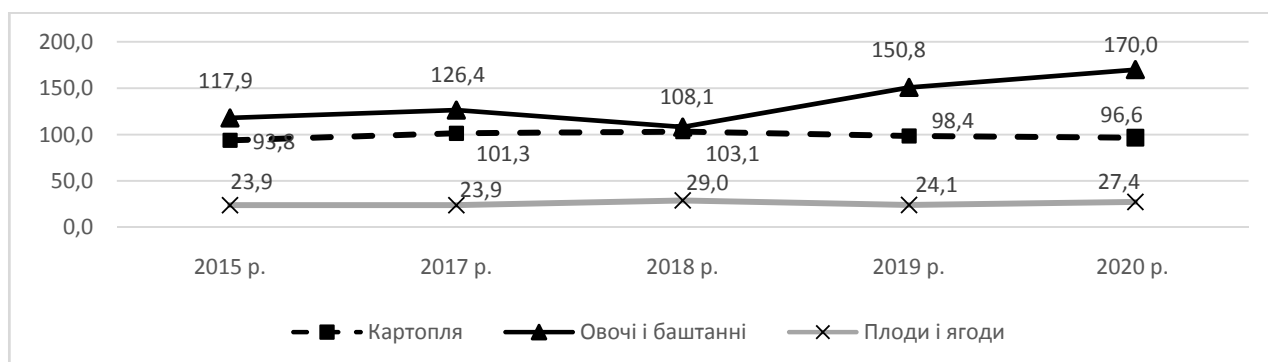
Отже, результати комерційної діяльності професійних виробників овочів та фруктів свідчать про необхідність удосконалення механізмів регулювання плодоовочевого ринку, маркетингових стратегій підприємств, ретельнішого планування та прогнозування ринкової кон'юнктури.

Одним із ключових суб'єктів ринку плодоовочевої продукції в Україні є господарства населення. Попри відносно низький рівень ринкової активності, означена категорія виробників у 2020 р. забезпечила 74% пропозиції картоплі,

94,8% овочів та 71,5% плодів і ягід. При цьому сукупна частка реалізації ними овочів та фруктів склала лише 12,1% обсягу поточного виробництва.

Основними каналами збуту плодоовочевої продукції господарствами населення є роздрібний продаж на міських продовольчих ринках, за оголошеннями, а також торговим посередникам. З огляду на те, що велика частка продукції реалізується в роздріб кінцевому споживачу, її середня ціна може істотно перевищувати рівень цін підприємств (рис. 2).

Обсяги продажу, тис. т



Середня ціна, грн/т

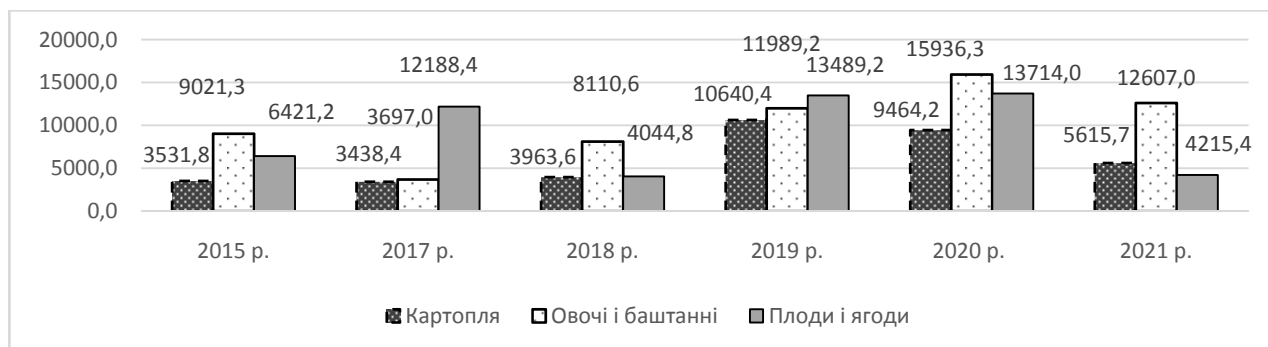


Рис. 2. Динаміка обсягів продажу та середніх цін плодоовочевої продукції, реалізованої господарствами населення Львівської області, грн/т*

* За даними джерела [4]

Зокрема, у 2020 р. приватні господарства продавали вирощену картоплю на 76,3%, овочі – у 2,2 рази, плоди і ягоди – у 2,9 разів дорожче ніж підприємства. У 2021 р. ця різниця зменшилася до 7,1%, 18,5% та -39,0% відповідно. Водночас, дані рис. 2. свідчать, що підвищення цін істотно не вплинуло на обсяги реалізації плодоовочевої продукції господарствами населення. Тобто, пропозиція цієї категорії ринкових суб'єктів є

нееластичною відносно ціни, що зумовлено її чітко вираженою сезонністю, відсутністю стійких каналів збуту, умов для належного зберігання та своєчасного постачання продукції на ринок. Це обмежує комерційну спрямованість виробництва у господарствах населення попри наявність очевидних конкурентних переваг, зумовлених високою екологічністю овочів та фруктів, їх кращими смаковими якостями та неврахуванням у собівартості неявних витрат.

Комерційна діяльність суб'єктів торговельного підприємництва на регіональному ринку плодоовочевої продукції характеризується стійким зростанням величини оптового та роздрібного товарообороту. Так, за період 2017-2020 рр. оптовий товарооборот як свіжої, так і переробленої плодоовочевої продукції підприємств оптової торгівлі зріс у 2,3 рази (рис. 3).

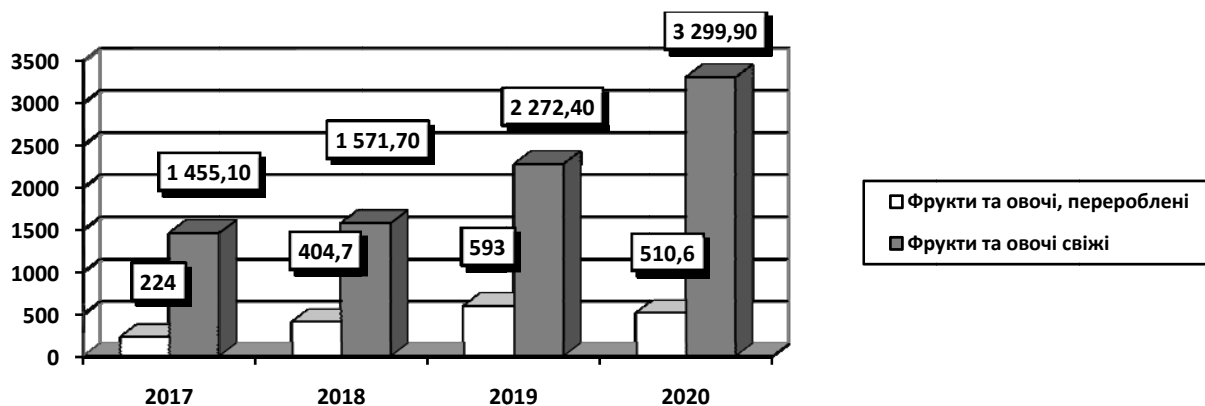


Рис.3. Оптовий товарооборот плодоовочевої продукції у підприємствах оптової торгівлі Львівської області, млн.грн.*

* За даними джерела [4]

При цьому вартість реалізованих свіжих овочів та фруктів у звітному році майже у 6,5 разів перевищила вартість переробленої продукції, тоді як у попередні два роки це співвідношення складало 1:3,8. Ці структурні зрушення є яскравою ілюстрацією зміни глобальних споживчих трендів в останні роки. Аналіз індексів фізичних одиниць роздрібного продажу підтверджує зростання схильності до споживання свіжої продукції з 2017 по 2021 р. і зменшення темпів приросту споживання перероблених овочів та фруктів (рис. 4). Отже, фактори, які спричинили приріст споживання плодоовочевої

продукції населенням регіону, стали каталізатором торговельних процесів у цьому ринковому сегменті.

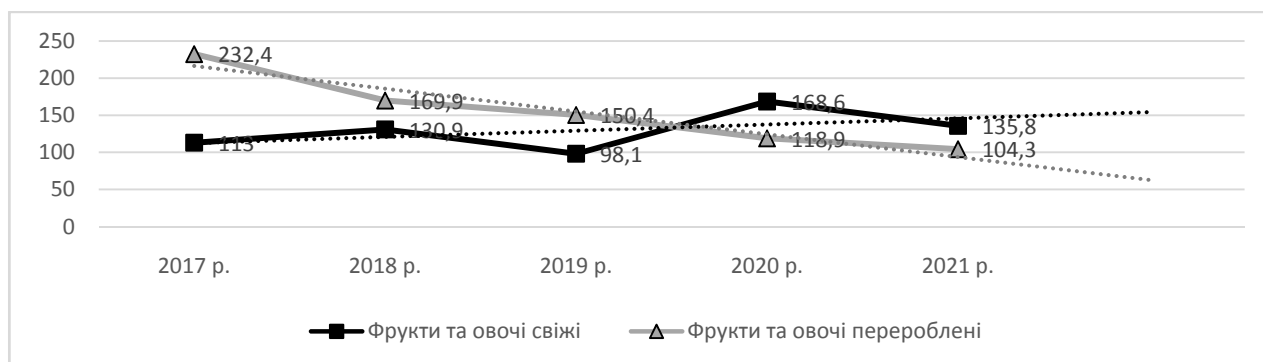


Рис. 4. Динаміка індексів фізичного обсягу роздрібного товарообороту плодовоовочевої продукції у підприємствах роздрібно́ї торгівлі Львівської області*

* За даними джерела [4]

Збільшення фізичних обсягів продажу овочів та фруктів при існуючій ціновій динаміці забезпечило зростання вартісних показників роздрібного товарообороту свіжої продукції - у 2,5 рази, переробленої – у 7,4 рази (таблиця 3).

Таблиця 3. Динаміка показників роздрібного товарообороту плодовоовочевої продукції у підприємствах роздрібно́ї торгівлі Львівської області*

Група продукції	2017р.	2018р.	2019р.	2020р.	2021р.	2021 р. в % до 2017 р.
<i>Товарооборот плодовоовочевої продукції у підприємствах роздрібно́ї торгівлі млн.грн</i>						
Фрукти свіжі	499,6	660,1	780,8	1054,5	1249,7	2,5 рази
Овочі свіжі	290,7	410,1	435,4	586,7	733,1	2,5 рази
Фрукти та овочі перероблені	103,3	168,3	551,0	679,2	771,6	7,4 рази
<i>Частка плодовоовочевої продукції, виробленої в Україні, яка реалізована через роздрібно́ю торгову мережу, %</i>						
Фрукти свіжі	41,1	40,8	31,8	29,9	36,4	-4,7
Овочі свіжі	76,6	83,9	69,6	69,2	76,1	-0,5
Фрукти та овочі перероблені	64,1	60,7	69,3	68,2	68,0	+3,9
<i>Середня ціна продажу плодовоовочевої продукції у підприємствах роздрібно́ї торгівлі, грн/кг</i>						
Фрукти свіжі	31,48	35,23	34,15	39,23	40,53	128,7
Овочі свіжі	15,05	18,16	21,39	20,71	19,05	126,6

*Розраховано за даними джерела [4]

Причому вплив цінового чинника на формування цих результатів був відносно незначним, оскільки планування закупівель та довгострокові контракти підприємств роздрібної торгівлі з постачальниками дозволяють забезпечити відносну цінову стабільність. У підсумку, впродовж 2017-2021 рр., приріст середніх цін свіжих овочів та фруктів у роздрібній торговельній мережі Львівщини не перевищував 30-40% рівня базового року.

Відзначимо, що у 2021 р. у роздрібній торговельній мережі помітно зросла частка плодоовочевої продукції виробленої на території України. Таким чином, вдалося зупинити негативну тенденцію 2019-2020 рр. щодо заміщення вітчизняної продукції імпортною в умовах її дефіциту, спричиненого помилками комерційної та маркетингової діяльності виробників.

Дані таблиці 3 свідчать, що у сегменті свіжих овочів присутність українських виробників досить висока, тоді як у плодово-ягідному сегменті все ж переважає імпорт (в т.ч. завдяки високому рівню споживання тропічних фруктів).

Важливим чинником, який значною мірою визначає результати комерційної діяльності суб'єктів ринку плодоовочевої продукції у Львівській області є функціонування у регіоні ОРСП "Шувар". Ринок є найбільшим торговим майданчиком і логістичним центром європейського рівня у Західному регіоні, де реалізують свою продукцію як місцеві фермери, так і виробники з інших областей чи країн. Він також є основним місцем закупівель продукції суб'єктами малого торговельного підприємництва, представниками сфери HoReCa, численними роздрібними покупцями. Тому закупівельні ціни, які формуються на "Шуварі" та наявні обсяги продукції мають ключове значення для формування кон'юнктури регіонального плодоовочевого ринку. Широкий спектр послуг, які ТзОВ "РСП "Шувар" надає своїм клієнтам, забезпечує формування цивілізованих ринкових відносин між учасниками торговельних угод, здорової конкуренції, прискорення товарообігу та максимальну реалізацію економічних та соціальних інтересів ринкових суб'єктів.

Перспективи комерційної діяльності суб'єктів ринку плодоовочевої продукції сьогодні значною мірою залежать від умов, які склалися внаслідок повномасштабної російської агресії і окупації нею частини південних і східних регіонів України. За оцінками аналітиків через війну Україна недоотримає 46% врожаю цибулі, 36% - картоплі, 35% - буряку та 32% - капусти [6]. Однак, за винятком цибулі, дефіциту овочів групи “борщового набору” на ринку Львівської області не передбачається.

Значно гіршою є ситуація із овочами групи пасльонових та баштанних. Дефіцит цих видів плодоовочевої продукції вітчизняного виробництва доповнений девальвацією національної валюти і зростанням транспортних витрат, призвели до нетипового для літнього сезону підвищення цін. За цих умов, місцеві виробники продукції, в т.ч. й господарства населення, можуть отримати значні короткочасні грошові вигоди. Водночас, подальше збереження високих цін і падіння реальних доходів населення може стати фактором зменшення попиту і товарообороту плодоовочевої продукції, а отже скорочення доходів виробників.

Водночас, з огляду на обставини, що склалися із експортом зернових і технічних культур, очікуваним є збільшення комерційної зацікавленості суб'єктів підприємництва і господарств населення до нарощування обсягів виробництва плодоовочевої продукції у перспективі. Проте, зростання рівня самозабезпечення населення овочами та фруктами неминуче призведе до зменшення ємності внутрішнього ринку. За цих умов стратегічно важливим завданням професійних виробників і трейдерів стає підвищення конкурентоспроможності плодоовочевої продукції для зміцнення позицій на внутрішньому ринку, а також розвиток зовнішньоекономічного напрямку торгівлі.

Для реалізації цього завдання необхідно:

- 1) орієнтувати суб'єктів підприємництва на світові тренди виробництва і споживання плодоовочевої продукції;
- 2) підвищувати якісні і товарні характеристики плодоовочевої продукції, що спрямовується на експорт;

- 3) широко застосовувати маркетингові інструменти просування українських овочів та фруктів на європейський ринок;
- 4) розвивати системи управління якістю плодоовочевої продукції, забезпечити її сертифікацію відповідно до вимог міжнародних стандартів;
- 5) освоювати органічний сегмент закордонного плодоовочевого ринку.

Також, вітчизняним субєкам підприємництва у сфері виробництва і торгівлі плодоовочевою продукцією вкрай важливо реалізувати стратегії кооперації та інтеграції. Поєднання зусиль виробників, створення власних переробних і торговельно-збутових кооперативів дозволить захистити традиційні сегменти внутрішнього ринку, підвищити конкурентоспроможність продукції, стабілізувати пропозицію і ціни, обмежити вплив на ринок зовнішніх чинників, запобігти розвитку монополій у торгівлі.

Висновки і перспективи подальших розвідок у заданому напрямі.

Дослідження засвідчили, що комерційна діяльність різних груп суб'єктів ринку плодоовочевої продукції Львівської області істотно диференціюється за своїми характеристиками і результатами, що зумовлено невизначеністю і неоднорідністю умов ведення бізнесу. Значна частина пропозиції овочів і фруктів забезпечується господарствами населення або фізичними особами-підприємцями, які не відзначаються схильністю до стратегічного планування, взаємодії, інтеграції, а також позбавлені доступу до організованих каналів збуту продукції. Через це показники ефективності їх торговельної діяльності дуже чутливі до сезонних коливань ринкової кон'юнктури та дії зовнішніх чинників.

Організована торгівля плодоовочевою продукцією через оптові підприємства та торговельні мережі характеризується відносно стійкими і прогнозованими параметрами. Це досягається завдяки взаємодії з великими виробниками або трейдерами, плануванню постачань у межах законтракованих обсягів і цін, широті і стійкості асортименту, сформованому контингенту постійних покупців. Водночас, важлива організуюча, координуюча, розподільча, ціноутворююча та інформаційна роль у забезпеченні ефективної комерційної діяльності багатьох суб'єктів

регіонального ринку плодоовочевої продукції, зокрема приватних підприємців та фермерів, належить ОРСП “Шувар”.

Сьогодні основною детермінантною впливу на комерційну діяльність суб’єктів плодоовочевого ринку стала російсько-українська війна. Умови, які склалися істотно змінили структуру ринку, канали постачання і збуту, логістику, ціни та інші процеси. Існуюча кон’юнктура ринку може стати чинником активізації розвитку плодоовочевого виробництва на рівні підприємств, зменшення імпорту, налагодження взаємодії між регіональними виробниками і торговими підприємствами, реалізації експортного потенціалу галузі. Однак, це потребує удосконалення діючого організаційно-економічного механізму функціонування плодоовочевого ринку, реалізації стратегії кооперування та інтеграції ринкових суб’єктів, розвитку нових продуктових сегментів, впровадження інноваційних технологій поліпшення якості продукції, сертифікації виробництва, використання новітніх каналів маркетингових комунікації та товаропросування. Також важливим є належне інституційне забезпечення виробничо-торговельних процесів. Ці та багато інших питань в умовах ризиків воєнного стану потребують ретельного наукового аналізу.

Література

1. Яснолоб І. Організаційно-економічний механізм функціонування плодоовочевого ринку. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2013. Вип. 1 (8). 327-336. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13yiofpr.pdf>. (дата звернення: 24.07.2022).
2. Ринок плодоовочевої продукції в Україні: є проблеми з вирощуванням. *ProConsulting.ua* Дата розміщення 09.02.2022. URL: <https://proconsulting.ua/ua/pressroom/rynok-plodoovoshnoj-produkcii-i-produktov-pererabotki-v-ukraine-est-problemy-s-vyrashivaniem> (дата звернення: 25.07.2022).
3. Рожко Н.Я. Розвиток ринку овочів та фруктів на засадах симбіозу конфронтації та кооперації. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. Вип. 39. 219-225.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 02.08.2022).

5. Крупа О. М. Особливості функціонування ринку картоплі у Львівській області. *Ефективна економіка*. 2021. № 7. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9056> (дата звернення: 28.07.2022).

6. Маковей Ю. Вдвічі дорожчі овочі і незасаджені 30% земель: чи варто фермерам замінювати овочами кукурудзу? *Kurkul.com*. 24 червня 2022 р. URL: <https://kurkul.com/spetsproekty/1330-vdvichi-dorobjchi-ovochi-i-nezasadjeni-30-zemel-chi-var-to-fermeram-zaminyuvati-ovochami-kukurudzu#> (дата звернення 01.08.2022).

References

1. Yasnolob, I. (2013), “Organizational and economic mechanism of the fruit and vegetable market”, *Sotsio-ekonomichni problemy i derzhava*, [Online], vol (8), pp. 327-336, available at: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13yiofpr.pdf>. (Accessed 24 July 2022).

2. ProConsulting.ua. (2022), “Fruit and vegetable market in Ukraine: there are problems with cultivation”, [Online], available at: <https://proconsulting.ua/ua/pressroom/rynok-plodoovoshnoj-produkcii-i-produktov-pererabotki-v-ukraine-est-problemy-s-vyrashivaniem> (Accessed 25 July 2022).

3. Rozhko, N. Ya. (2020), “Development of the vegetable and fruit market based on the symbiosis of confrontation and cooperation”, *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstamy*, vol 39, pp. 219-225.

4. Official website of the State Statistics Service of Ukraine (2022), available at: <https://ukrstat.gov.ua/> (Accessed 02 August 2022).

5. Krupa, O. M. (2021), “Peculiarities of functioning of the potato market in the Lviv region”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 7, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9056> (Accessed 28 July 2022).

6. Makovei, Yu (2022), “Vegetables are twice as expensive and 30% of the land is unplanted: should farmers replace corn with vegetables?” [Online], *Kurkul.com.*, available at: <https://kurkul.com/spetsproekty/1330-vdvichi-dorobjchi-ovochi-i-nezasadjeni-30-zemel-chi-var-to-fermeram-zaminyuvati-ovochami-kukurudzu#>: (Accessed 01 August 2022).

Стаття надійшла до редакції 11.08.2022 р.