

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА  
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ТОРГІВЛІ

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
освітнього ступеня «магістр»

**на тему «ОЦІНКА ТА ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ  
РЕГІОНАЛЬНОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ.»**

Виконав: студент II курсу, групи Птб-61  
напряму підготовки (спеціальності)  
076 Підприємництво та торгівля  
(шифр і назва спеціальності)

\_\_\_\_\_ Шаргут В.Р.  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник \_\_\_\_\_ к.е.н., доцент Райтер Н.І.  
(підпис) (наук.ступ., вчене звання, прізвище та ініціали)

Рецензент \_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

**ЛЬВІВ 2024**

## **Шаргут В.Р. Оцінка та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку.**

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню теоретико-методологічних та прикладних засад оцінки та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку з метою гарантування продовольчої стабільності в обраному регіоні та обґрунтування підприємницьких рішень ключовими суб'єктами ринку.

Розкрито теоретичні та методологічні основи дослідження кон'юнктури регіонального споживчого ринку. Вивчено сутність кон'юнктури регіонального споживчого ринку, її складові та фактори формування. Досліджено структуру та основні характеристики регіонального споживчого ринку. Розглянуто методичні основи підходи до оцінки та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку.

Здійснено оцінку регіонального споживчого ринку продовольчих товарів. Проаналізовано основні показники пропозиції на регіональному ринку продовольчих товарів, визначено ємкість продовольчого ринку Львівської області, його регіональну та товарну структуру. Оцінено стан та динаміку попиту на регіональному ринку продовольчих товарів, з'ясовано основні динамічні тренди та взаємозалежності.

За результатами проведених досліджень здійснено прогноз тенденцій розвитку кон'юнктури регіонального споживчого ринку продовольчих товарів. Здійснено оцінку світових тенденцій кон'юнктури споживчого ринку продовольчих товарів. На основі екстраполяції трендів спрогнозовано основні параметри попиту та пропозиції на регіональному ринку продовольчих товарів Львівської області. Суттєве практичне значення має визначений баланс попиту та пропозиції продовольчих товарів, як підстава в визначенні потенційної потреби в їх імпорті на регіональний ринок.

*Ключові слова:* ринкова кон'юнктура, регіональний споживчий ринок, попит, пропозиція, ринкова ціна, виробництво, споживання, ринок продовольчих товарів, продукти харчування, оцінка ринкової кон'юнктури, тренди попиту та пропозиції за окремими товарними групами.

## ANNOTATION

### **Sharhut V. R Assessment and forecasting of the regional consumer market conditions.**

The qualification work is devoted to the research of the theoretical, methodological and applied principles of assessing and forecasting the regional consumer market conditions in order to guarantee food stability in the selected region and justify business decisions by key market entities.

The theoretical and methodological foundations of studying the regional consumer market conditions are revealed. The essence of the regional consumer market conditions, its components and formation factors are studied. The structure and main characteristics of the regional consumer market are researched. The methodological foundations of approaches to assessing and forecasting the regional consumer market situation are considered.

The regional consumer market of food products is assessed. The main indicators of supply on the regional food market are analyzed. The capacity of Lviv region food market, its regional and commodity structure are determined. The state and dynamics of demand in the regional food market were assessed, the main dynamic trends and interdependencies were identified.

Based on the results of the research, a forecast of trends in the development of the regional consumer food market was made. An assessment of global trends in the consumer food market was made. Based on the extrapolation of trends, the main parameters of demand and supply in the regional food market of the Lviv region were predicted. The determined balance of demand and supply of food products is of significant practical importance, as a basis for determining the potential need for their import into the regional market.

*Key words:* market conditions, regional consumer market, demand, supply, market price, production, consumption, food market, food products, assessment of market conditions, supply and demand trends by individual product groups.

УДК 338.439.5:339.13

Кваліфікаційна робота: 95 стор. текстової частини, 14 таблиць, 33 рисунки, 46 літературних джерел.

Шаргут В.Р. Оцінка та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку. Кваліфікаційна робота. Кафедра підприємництва та торгівлі. Дубляни, ЛНУП, 2024.

У роботі висвітлено теоретико-методологічні основи дослідження кон'юнктури регіонального споживчого ринку. З'ясовано сутність кон'юнктури споживчого ринку, її складові та фактори формування, розглянуто структуру та основні характеристики регіонального споживчого ринку.

Проведено оцінку кон'юнктури регіонального споживчого ринку продовольчих товарів, зокрема проаналізовано стан регіонального ринку продовольчих товарів та здійснено оцінку попиту та пропозиції продовольчих товарів як складової ринкової кон'юнктури.

За результатами проведених досліджень здійснено прогноз тенденцій розвитку кон'юнктури регіонального споживчого ринку продовольчих товарів.

## ЗМІСТ

Вступ.....	6
Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РЕГІОНАЛЬНОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ .....	9
1.1. Сутність кон'юнктури регіонального споживчого ринку, її складові та фактори формування.....	9
1.2. Структура та основні характеристики регіонального споживчого ринку...	21
1.3. Методологічні підходи до оцінки та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку .....	29
Розділ 2. ОЦІНКА КОН'ЮНКТУРИ РЕГІОНАЛЬНОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ .....	37
2.1. Загальна характеристика ринку продовольчих товарів.....	37
2.2. Оцінка пропозиції на регіональному ринку продовольчих товарів.....	48
2.3. Оцінка попиту на регіональному ринку продовольчих товарів.....	62
Розділ 3. ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РЕГІОНАЛЬНОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ .....	73
3.1. Оцінка світових тенденцій кон'юнктури споживчого ринку продовольчих товарів .....	73
3.2. Прогнозування тенденцій розвитку кон'юнктури регіонального продовольчого ринку.....	80
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	97

## ВСТУП

Успішність сучасного бізнесу та ефективність підприємницької діяльності значною мірою залежать від поведінки суб'єктів господарювання на ринку. Сьогодні в епоху масового споживання, вміння вловити споживчі потреби та спрогнозувати споживчі запити покупців є запорукою високих прибутків як суб'єктів торговельного бізнесу так і представників сфери виробництва. Максимальні прибутки одержує не той підприємець, який виробить найбільше продукції, а той який вироблену продукцію реалізує за найвигіднішими умовами. Ринкові умови, а саме попит, пропозиція, динаміка цін, які формують ринкову кон'юнктуру є дуже динамічними. Для підприємців важливо прогнозувати зміни ринкової кон'юнктури та максимально пристосовуватись до них.

В складний період гідридної війни, втрати частки промислового потенціалу на тимчасово окупованих територіях, втрати сталих ринків збуту та зниження темпів економічного зростання, споживчий ринок України та регіональний споживчий ринок продовольчих товарів зазнав стресових зрушень. Асоціація з ЄС зумовила зростання експортно-імпортних операцій продовольчих товарів. Торговельний бізнес в споживчому сегменті виявився одним із найбільш стресостійких та бюджетонаповнюючих секторів економіки країни. Залученість населення до ринкових відносин на споживчому ринку як в якості споживача (покупця) так і в якості продавця (суб'єкта торговельного бізнесу) робить споживчий ринок соціально важливою та актуальною темою.

В умовах високого рівня динамізму споживчого ринку та його великої потенційної ємкості особливої актуальності набуває питання оцінки та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку як одного з чинників забезпечення продовольчої безпеки та розвитку торговельного бізнесу, а також стимулятора розвитку харчової промисловості та сільського господарства.

Теоретичні та практичні підходи до дослідження ринкової кон'юнктури розглядали такі вчені, як А.В. Андрейченко, І.В. Артимонова, І.Б. Бабух, С.А. Горбаченко, Р.В. Грінченко, О.М. Дашкевич, І.О. Доценко, О.С. Євцейцева, М.М. Єремія, Н. С. Іванова, В.А. Карпов, І.Ю. Качмар, Л.В. Кручак, В.В. Липчук, Ю.Б. Лижник., Д.В.Максименко, Н.Ю. Мариненко, О.М. Музика, М.І. Мельник, Д.В. Новіков, Р.Окрепний, Н.М. Попадинець, В. М. Ціхановська, Р. В. Шамрін В.В. Щербак, І.В. Юлегіна та інші.

Щодо особливостей розвитку споживчого ринку в Україні, то його досліджували: О. М. Азарян, В. Г. Андрійчук, В. В. Апопій, В. Д. Лагутін, Л. О. Лігоненко, А. А. Мазаракі, Т. М. Попович, О. В. Пустовойт, Л. О. Шпак, І.Б. Яців та ін. Регіональні проблеми розвитку споживчого ринку розглядались в працях М.Г. Безпарточного та Н.М. Попадинець та інші.

Проте, проблема оцінки та прогнозування кон'юнктури регіонального ринку споживчих товарів вимагає більш глибокого і комплексного дослідження основних її складових, які впливають із особливостей споживчого ринку та його економічної та соціальної ролі.

Метою даної роботи є обґрунтування теоретико-методологічних основ дослідження кон'юнктури регіонального споживчого ринку, практична оцінка ринкової кон'юнктури найважливішої складової споживчого ринку (ринку продовольчих товарів) та прогнозування її основних параметрів на найближчу перспективу з метою гарантування продовольчої стабільності в обраному регіоні та обґрунтування підприємницьких рішень ключовими суб'єктами ринку.

Відповідно до вказаної мети поставлені наступні завдання:

- теоретично обґрунтувати сутність кон'юнктури регіонального споживчого ринку, розглянути основні методологічні підходи до її оцінки та прогнозування;
- розглянути структуру та основні характеристики регіонального ринку продовольчих товарів;

- здійснити оцінку пропозиції та попиту на регіональному ринку продовольчих товарів;
- визначити основні тенденції кон'юнктури споживчого ринку продовольчих товарів;
- спрогнозувати тенденції розвитку кон'юнктури регіонального продовольчого ринку.

**Предметом дослідження** є сукупність теоретико-методологічних та прикладних засад оцінки та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку з метою гарантування продовольчої стабільності в обраному регіоні та обґрунтування підприємницьких рішень ключовими суб'єктами ринку.

**Об'єктом дослідження** виступає регіональний ринок продовольчих товарів як основна складова споживчого ринку Львівської області.

Теоретичну і методологічну базу дослідження складають теоретичні положення сучасної економічної теорії щодо досліджуваної проблеми, які знайшли відображення в працях вітчизняних і зарубіжних вчених, Закони України та інші нормативно-правові акти і урядові рішення з проблем розвитку та оцінки споживчого ринку загалом та ринку продовольчих товарів зокрема.

Інформаційною базою для проведення дослідження є дані статистичної звітності про обсяги виробництва та споживання продовольчих товарів у Львівській області, матеріали наукових та прикладних досліджень, аналітичні та статистичні огляди мережі Internet тощо.

Найбільш істотними є наступні результати, які характеризують наукову новизну роботи, а саме визначені прогнозні обсяги виробництва та споживання основних видів продовольчих товарів на найближчу перспективу, а також визначене сальдо самозабезпечення регіону продовольчими товарами, як потенційної потреби в їх імпорті на регіональний ринок може бути використане при формуванні Стратегії розвитку Львівської області в повоєнний період.



## **Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РЕГІОНАЛЬНОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ**

### **1.1. Сутність кон'юнктури регіонального споживчого ринку, її складові та фактори формування**

«Ринкова кон'юнктура» або «кон'юнктура ринку» сьогодні є однією із найбільш вживаних економічних категорій. Даний термін застосовують для усіх товарів які продаються та купуються в світі. Зазвичай, під терміном «ринкова кон'юнктура» розуміють сукупність обставин та умов, які склались в певний момент часу на ринку окремих товарів, робіт чи послуг. В буквальному розумінні етимологія слова «кон'юнктура» походить від латинського «conjungo», що означає зв'язок, з'єднання, або схожого слова «conjuncte», що означає разом. Така інтерпретація свідчить про системність комплексності терміну, який з часом став основою ринкової термінології.

К.О. Латишев зазначає, що термін «кон'юнктура» зародився в Древньому Римі, та трактувався як збіг обставин, поточна ситуація, стан речей, які впливають або ймовірно впливатимуть на хід чи результат будь-якої справи. [25, с.71]

Економічний зміст термін «кон'юнктура» набув на початку ХІХ століття в працях Ф. Лассаля, Ф. Шульце-Девіча та А. Шеффле, які ототожнювали її з сукупністю взаємозалежних відомих та невідомих обставин, які оточують об'єкт та впливають на нього. Таке трактування кон'юнктури трансформувалось в більш конкретне визначення як сукупності соціальних, технічних, економічних та правових явищ та процесів, які визначають обсяг виробництва товарів для обміну, попит та пропозицію на них, а також ціну їх реалізації, незалежно від бажань, зусиль та витрат учасників ринку [34].

Сучасні економічні словники України трактують «кон'юнктуру» (англ. conjuncture) як ситуаційний стан у будь-якій сфері суспільного життя, що впливає на кінцеві наслідки; сукупність умов, збіг обставин, стан явищ чи процесів, які можуть впливати на хід будь-якої справи, вирішення і розв'язання

різних питань [14, с.149]; сукупність умов, взаємозв'язків, ситуацій, обставин, здатних вплинути на реалізацію певних планів, програм, досягнення певних результатів [10, с.169]. При тому, термінологічні джерела виділяють термін економічної кон'юнктури як поточний стан економічних явищ та процесів, рівень економічної активності в зовнішньому середовищі суб'єктів бізнесу, який характеризується динамікою цін, відсоткових ставок, валютного курсу, рівнем заробітної плати, дивідендів, а також зміною обсягів виробництва та споживання. [35, с.167].

На двоїстий характер кон'юнктури проявляється через те, що з однієї сторони кон'юнктура це конкретний стан економічних явищ і процесів, які формують ринкові умови в певний момент часу, а з іншого боку – це умови динаміка яких, на основі дії об'єктивних економічних законів, приведе до суттєвої зміни як кількісних так і якісних характеристик економічних параметрів розвитку бізнесу [36, с.64]

Як економічна категорія кон'юнктура має декілька характерних особливостей, які представлені на рис 1.1.



Рис.1.1. Особливості кон'юнктури як економічної категорії.

\* сформовано автором на основі [13 ]

С.І. Дугіна зазначає, що основною особливістю кон'юнктури як економічної категорії є динамізм та мінливість. Економічна кон'юнктура як характеристика умов ведення бізнесу часто змінюється під впливом чинників зовнішнього середовища. При тому одні чинники мають короткостроковий вплив на кон'юнктуру, а інші – довгостроково впливають на зміну кон'юнктури [13]. Зазначимо, що динамізм одних і тих самих чинників може змінювати характер в залежності від виду бізнесу для якого досліджується кон'юнктура. Для однієї сфери діяльності один чинник може мати короткостроковий вплив, а для іншої – довгостроковий. Окрім того для окремого виду бізнесу різні складові кон'юнктури характеризуватимуться різним рівнем варіації та коливання: одні змінюватимуться повільніше, а інші – навпаки, швидше.

Як економічна категорія кон'юнктура характеризується винятковою контраверсійністю, яка полягає в тому, що одні чинники можуть вказувати на сприятливу кон'юнктуру, а інші, в той же час, вказуватимуть на несприятливу ситуацію. Контраверсійність та суперечливість кон'юнктури певною мірою зумовлюється її різноманітністю та багатогранністю.

Як характеристика умов та обставин ведення бізнесу, кон'юнктура включає на враховує великий масив економічних, соціальних показників, а також політичних, правових, культурних та міжнародних факторів, кожен з яких має різний напрямок та ступінь зміни та впливу на бізнес. Саме це обумовлює нерівномірність кон'юнктури, яка проявляється у неспівпадінні напрямів чи темпів зміни різних складових кон'юнктури, та нерівномірності впливу окремих складових на ефективність бізнесу.

Четвертою характерною особливістю кон'юнктури є її представлення як єдність протилежностей. Незважаючи на різні темпи та направленість складових кон'юнктури, навіть протилежні за напрямом впливу чинники можуть в сукупності підсилювати та ускладнювати умови ведення бізнесу.

Конкретність кон'юнктури полягає в тому, що вона формується на основі певних показників, які характеризують умови та обставини розвитку конкретної сфери діяльності в певний момент часу та на певному просторі [13].

Загалом, на думку О.С. Корепанова, кон'юнктура – це багатогранне та високодинамічне явище, що відображає мінливість та стихійність розвитку економіки, а також високий рівень його непередбачуваності. Окрім того кон'юнктура формується під впливом великої кількості факторів і дій, які, в свою чергу, підкоряються законам ймовірності. [24, с.30].

Беручи до уваги багатогранність кон'юнктури як економічної категорії та різнорівневість чинників її формування, розрізняють світову чи глобальну, загальноекономічну кон'юнктуру та кон'юнктуру окремих ринків.



Рис.1.2. Ієрархія рівнів кон'юнктури як економічної категорії.

\* сформовано автором на основі [18, с.9]

Глобальна кон'юнктура характеризує глобальні умови ведення бізнесу, сукупність політичних, економічних, соціальних та технологічних чинників, які формують тенденції розвитку світової економіки.

Загальногосподарська кон'юнктура є уособленням макроекономічного аспекту оцінки сукупності умов ведення бізнесу в певній країні в певному проміжку часу.

Кон'юнктура товарних ринків, на відміну від глобальної чи загальногосподарської відображає актуальні зміни та варіацію показників, які характеризують виробництво, збут та споживання конкретних видів товарів. Відповідно до ієрархічності впливів, кон'юнктура товарного ринку враховує чинники загальноекономічної та світової кон'юнктури, а також у взаємодії з характеристиками інших ринків формує загальну економічну ситуацію в країні [18, с.9].

Мінливість економічних умов, які формують кон'юнктуру на різних рівнях, описується кон'юнктурними циклами, тобто характеризуються повторювальністю певних обставин, явищ та процесів. Циклічність складових ринкової кон'юнктури зумовлюється перш за все класичною циклічністю економіки, яка передбачає етапи зростання, спаду, уповільнення та відновлення з наступним зростанням в новому циклі. Така циклічність притаманна розвитку економіки країни загалом, окремих сфер діяльності та окремих товарних ринків, для яких визначається та оцінюється кон'юнктура. Для оцінки та прогнозування кон'юнктури важливим є визначення тривалості фаз чи етапів кон'юнктурного циклу та його періодичності, з метою адаптації змінних і індикаторів до тенденції їх зростання [45].

О. Білецька наголошує, що кон'юнктура ринку є складовим елементом загальної економічної кон'юнктури, а тому базується на факторному аналізі макроекономічних умов та розумінні тенденцій їх динаміки [7, с. 136].

Таким чином, кон'юнктура ринку – це визначене в часі та просторі певне співвідношення попиту і пропозиції, що формується як сукупність товарно-грошових пропорцій під впливом конкретної комбінації діючих чинників [35, с.167].

Серед багатьох сучасних визначень кон'юнктури ринку варто виокремити тлумачення цієї категорії як сукупності обставин, за яких у конкретний момент протікає ринкова діяльність. При тому, кон'юнктура ринку характеризується співвідношенням попиту та пропозиції на конкретні види товарів, а також динамікою та коливанням цін [15, с.98].

А.В. Андрейченко, С.А. Горбаченко, Р.В. Грінченко та інші надають економічній категорії кон'юнктура ринку, або ринкова кон'юнктура теоретичного змісту як певного економічного стану, що сформувався на ринку в конкретний момент або протягом певного періоду, та який відображає баланс між попитом і пропозицією на ринку. Кон'юнктура ринку є індикатором комерційної цінності та конкурентоспроможності товару чи послуги на певній території в певний момент часу [2, с. 200].

Л.Г. Ліпич та Т.П. Радіщук трактують кон'юнктуру товарного ринку як поточну ринкову ситуацію, яка формується під впливом багатьох факторів, неоднакових за періодом дії, сутністю та характером впливу на досягнення програмних чи стратегічних цілей основних учасників ринку, та характеризується співвідношенням синтетичних економічних показників: попиту та пропозиції» [7, с.136].

Т.О. Кобелева пропонує більш якісну інтерпретацію «кон'юнктури ринку», як комплексного та динамічного явища вираження через призму ринку мінливості, стихійності та непередбачуваності розвитку суспільства, галузі чи підприємства [21, с. 4].

О.А. Кратт пропонує визначати сутність кон'юнктури ринку як оцінку процесів ринкового товарообігу, які вона характеризує. Він розглядає діалектичну єдність попиту та пропозиції як ключовий рушійний механізм ринкових процесів, кон'юнктуру як форму емпіричного пізнання цього механізму, підкреслюючи їхню нерівномірність, стихійність і циклічність [23, с. 8].

Отже, кон'юнктура ринку це стан ринку або економічна ситуація на ньому, яка оцінюється через співвідношення попиту і пропозиції, ринкову активністю учасників ринку, динаміку цін, обсяги ринку, зміну процентних ставок, валютного курсу, заробітної плати тощо. І.Б. Бабух та М.М. Єремія відмічають, що кон'юнктура ринку залежить від одночасної дії багатьох факторів, основними серед яких є витрати виробників і продавців, рівень платоспроможного попиту, показники динаміки цін на товари, баланс між попитом і пропозицією за окремими товарами тощо [3, с.5-6].

Схожим є трактування кон'юнктури ринку в праці Д.В. Максименко, Л.В. Кручака. Вони зазначають, що ринкова кон'юнктура – це економічна ситуація, яка склалась на ринку в конкретний відрізок часу, і яка відображає співвідношення між попитом і пропозицією на певний вид товару [26, с. 152]

З кількісної сторони пропонують визначати сутність кон'юнктури ринку П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева та Н. П. Ткачова, зазначаючи, що це інтегральний показник, який відображає динамічну оцінку економічної ситуації на конкретному ринку [30, с.121].

Таким чином, більшість визначень сутності поняття кон'юнктура ринку сходиться до того, що це ситуаційна оцінка сукупності ринкових умов, яка актуальна для певного товару на певній території та в певний момент часу.

Що стосується сутності кон'юнктури споживчого ринку, то це конкретна ринкова ситуація, яка виражена співвідношенням попиту та пропозиції на споживчі товари, динамікою цін, рівнем розвитку конкурентних відносин в певний період часу на певній території. Кон'юктурі споживчого ринку притаманні усі закони розвитку та особливості категорії кон'юнктура ринку, з поправкою, що попит характеризується платоспроможністю та рівнем доходів населення, які є кінцевими споживачами споживчих товарів.

**Кон'юнктура споживчого ринку** – це ситуаційна оцінка сукупності ринкових умов на ринку споживчих товарів, яка актуальна на певній території та в певний момент часу, та виражена співвідношенням попиту та пропозиції на споживчі товари.

Рис.1.3. Визначення сутності кон'юнктури споживчого ринку.

\* сформовано автором

Основними складовими кон'юнктури споживчого ринку є споживчий попит, пропозиція на споживчі товари, а також ринкова ціна.

Споживчий попит, як елемент ринкової кон'юнктури характеризує платоспроможну потребу споживача купити певний вид обсяг того чи іншого товару. Споживчий попит це синтез бажання і здатності здійснювати покупку товару в певний момент часу та за певного рівня цін. Як складова кон'юнктури ринку споживчий попит характеризується ємкістю ринку, його сегментацією та сезонними та циклічними змінами споживчих запитів.

Важливим індикатором ємкості споживчого ринку є чисельність населення та рівень споживання певних груп товарів з розрахунку на одну особу. Динаміка цих показників характеризує абсолютну зміну обсягу споживчого ринку, визначає обсяги споживання споживчих товарів. Зазначимо, що ринковий попит, особливо на локальних чи регіональних ринках залежить від споживчих уподобань, які формуються під впливом соціокультурних цінностей, релігійних переконань, смакових чи побутових звичок, модних трендів тощо.

Поруч із бажанням споживача купити товар, споживчий попит характеризується також його можливостями здійснити покупку. З цієї сторони індикатором споживчого попиту є рівень доходів населення, який проявляється через середній рівень заробітної плати, рівень самозайнятості тощо. Наявність



у споживача платоспроможної можливості здійснити покупку перетворює його бажання у попит. Загалом споживчий попит оцінюють за показниками споживання певного виду товару в певний момент часу на певній локації.

Що стосується ринкової пропозиції, то цей елемент ринкової кон'юнктури характеризується обсягом споживчих товарів, яку продавці бажають та можуть продати за певними ціновими умовами на певній території протягом деякого періоду. Головними індикаторами пропозиції на споживчі товари є обсяг виробництва відповідних товарів, а також обсяг їх імпорту та експорту. Ринкова пропозиція оцінюється часто за асортиментом та якістю запропонованих покупцю товарів та послуг, які мають повністю задовільнити його споживчі запити.

Для попиту та пропозиції як складових ринкової кон'юнктури характерною ознакою є їх еластичність. Еластичність ринкових показників як економічна категорія відображає їх реакцію на коливання цін, або на зміну інших елементів ринкової кон'юнктури. Так, еластичність попиту вказує на скільки зміниться попит на той чи інший вид товару із зміною ціни, а еластичність пропозиції відбиває вплив основних чинників на її коливання.

Попит і пропозиція на ринку споживчих товарів мають реальне кількісне наповнення в певній системі цінових координат. Ринкова ціна – це грошова вартість, за якою продавець згоден продати певний вид товару, а покупець згоден купити. Ринкові ціни визначаються в процесі формування конкретних ринкових угод. Ринкова ціна залежить від багатьох чинників, які формують ланцюг вартості товару. Першоджерелом формування ринкової ціни на товар є ціна пропозиції, яка в свою чергу формується на основі вартості товару та бажаної маржі прибутку. Якщо товар продається виробником, то його вартість оцінюється за виробничими витратами, а якщо третіми особами – то вартістю закупки та витратами обігу. Ціна пропозиції різних продавців урівноважується рівнем конкуренції на ринку. Чим вищий рівень конкуренції серед продавців, тим менше вони впливають на рівень цін. Монопольний продавець диктує

рівень цін незважаючи на цінові бажання покупця. Ціна попиту – це обмеження ринкової ціни купівельною спроможністю покупців. Ціна пропозиції та ціна попиту є основою для формування ринкової ціни.

Ринкова ціна як складова кон'юнктури споживчого ринку характеризується високим рівнем варіації в залежності від групи товарів, асортиментного ряду, торгових марок, торгових точок тощо. Окрім того, характерною ознакою ринкових цін є їх динамізм та ситуативність.

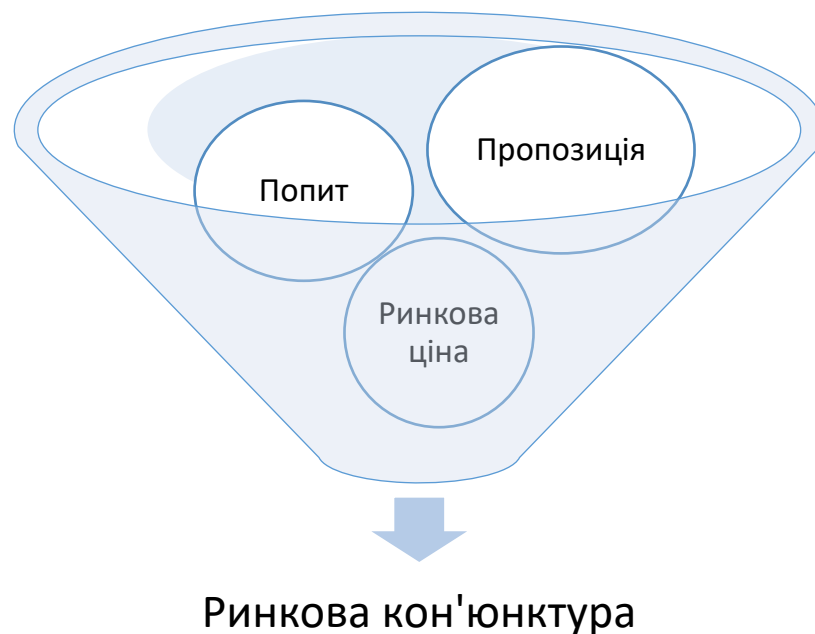


Рис.1.4. Елементи ринкової кон'юнктури споживчого ринку.  
\* сформовано автором

Рушійні сили або фактори, які спричиняють зміни кон'юнктури споживчого ринку, називають кон'юнктуру формуючими. Варіативність різних комбінацій кон'юнктуру формуючих факторів зумовлює багатоманітність та оригінальності споживчих ринків.

За характером динаміки кон'юнктуру формуючі фактори диференціюють на стаціонарні на нестаціонарні. Стаціонарні фактори – це регулярні зміни ринкових умов зумовлені сезонністю, циклічністю економічного розвитку, фазами життєвого циклу окремих ринків чи товарів, політичними циклами тощо. Стаціонарні фактори більш піддаються прогнозуванню динамічних змін.

Що стосується нестаціонарних факторів, то це нерегулярні, неповторювальні зміни ринкових обставин, які важко передбачити чи спрогнозувати. Серед нестаціонарних факторів ринкової кон'юнктури виділяють хаотичні або революційні чи стихійні (форс-мажорні явища та процеси, під впливом яких змінюється ситуація на ринку) та еволюційні (поодинокі зміни ринкових умов пов'язані із плинним розвитком суспільно-економічних явищ [28, с.96, 30, с.121]).



Рис.1.5. Класифікація факторів впливу на кон'юнктуру ринку  
\* сформовано автором на основі [30, с.121]

За періодом дії та впливу на ринкову кон'юнктуру рушійні сили поділяють на сезонні, короткотермінові, середньотермінові та довготермінові.

Сезонні фактори, це явища та процеси, які періодично викликають зміну ринкової кон'юнктури на період менше одного року (сезонний попит на товари під час Різдвяних свят, сезонний попит на морозиво влітку та на термоси в зимовий період тощо). Короткотермінові кон'юктуроформуючі фактори, це явища та процеси, які впливають на ринкову ситуацію протягом 1-2 років. Період дії середньотермінових чинників на формування ринкової кон'юнктури складає 2-10 років, а довготермінових – більше 10 років. Зазначимо, що період дії чинників залежить від його циклічності.

За змістом чинники формування ринкової кон'юнктури прийнято поділяти на економічні, політико правові, соціальні та технологічні. Найбільший вплив на формування кон'юнктури споживчого ринку мають економічні фактори, а саме позитивні та негативні тенденції функціонування ринку, такі як економічне зростання чи економічний спад (динаміка ВВП), інфляція, динаміка рівня безробіття та платоспроможного попиту, стабільність валютного курсу, зростання чи зменшення тарифів, рівень облікової ставки та банківського відсотка, зміни вартості сировини та інших ресурсів тощо.

Політичні фактори впливають на ринкову кон'юнктуру опосередковано через свій вплив на економічні чинники. Політичні фактори формують умови, в яких змінюються економічні рушійні сили впливу на кон'юнктуру споживчого ринку. Серед політичних факторів відмітимо перш за все рівень та динаміку політичної стабільності, зміну вектору зовнішньоекономічної та внутрішньоекономічної політики, стабільність та прозорість законодавчої бази й регуляторної політики, вдосконалення системи оподаткування тощо.

Специфіка споживчого ринку, його націленість на кінцевого споживача – населення, зумовлюють особливу увагу до соціальних факторів формування ринкової кон'юнктури. Серед основних з них відмітимо чисельність та структуру населення, які власне формують обсяг ринку, динаміку доходів населення, культурологічні особливості, структуру потреб тощо. В період військового стану, ми спостерігаємо, що кон'юнктура споживчого ринку

рефлекторно реагує на соціальні та економічні стреси, які формують ажіотажний підвищений попит на окремі категорії товарів, з подальшим спадом продаж та зростанням залишків товарів.

Технологічні фактори пов'язані із науково-технологічним процесом, який пропонує нові товари, формує нові підходи до форми та методів продажів. Особливо актуальним є розвиток електронної комерції, застосування системи електронних платежів тощо.

За походженням кон'юнктуроформуючі фактори поділяють на ендогенні (внутрішні) та екзогенні (зовнішні). Внутрішніми називають чинники, які виникають всередині споживчого ринку, а зовнішніми – чинники, які виникають поза ринковим середовищем, але безпосередньо чи опосередковано впливають на зміну ринкової кон'юнктури. Часто виникає «ланцюгова реакція», коли зовнішні чинники формують умови або підґрунтя для зміни внутрішніх чинників, які в свою чергу впливають формування кон'юнктури ринку.

Л.В. Оболенцева, пропонує окрім описаних ознак класифікувати фактори впливу на ринкову кон'юнктуру на сприятливі (стимулюючі), несприятливі (стримуючі) та нейтральні [28, с.98]. Р.Б. Окрепкий виділяє також за рівнем передбачуваності детерміновані та стохастичні кон'юнктуроформуючі фактори, а за характером інформації – кількісні та якісні [29, с.60].

## **1.2. Структура та основні характеристики регіонального споживчого ринку**

Регіональний споживчий ринок – це географічна локалізація загального споживчого ринку в межах конкретного регіону, області, району, територіальної громади. Регіональний споживчий ринок характеризуються тими ж ознаками та характеристиками, що й загальний споживчий ринок. Сутність цих двох категорій тотожна, лиш регіональний споживчий ринок має

чітко встановлену локалізацію та специфіку виходячи із соціальних, культурних та демографічних особливостей конкретного регіону.

Н.М. Попадинець зазначає, що за своєю сутністю регіональний споживчий ринок це складна просторово-економічна система, яку формують багато елементів та зв'язки між ними. Регіональний споживчий ринок варто розглядати як територіальну організацію сфери обігу, яка, на основі розвинутих товарно-грошових взаємин, забезпечує основні споживчі потреби населення при мінімальних витратах [31, с.18].

Таке визначення знайшло своє продовження у визначення М.Г. Безпарточного, який уявляє регіональний споживчий ринок як територіальну складову системи товарно-грошових та організаційно-економічних відносин, що виникають під час купівлі-продажу товарів і послуг у межах якоїсь конкретної території [ 5, с.44].

Сучасні вітчизняні наукові джерела розглядають споживчий ринок, а з тим і регіональний споживчий ринок, як систему відносин між продавцями та споживачами товарів та послуг. Так, І.В. Сухаревська розуміє під цими категоріями форму організації суспільного споживання, яка відображається системою економічних взаємин між покупцями та продавцями товарів і послуг. В цій системі взаємин покупцями виступають кінцеві споживачі (населення, домогосподарства), які купують товари та послуги для споживчого використання. При тому, основною засадою функціонування споживчого ринку є задоволення економічних потреб суб'єктів ринкових відносин, виражених попитом та пропозицією [39, с.67].

В сучасній науковій думці існує також тлумачення споживчого ринку як набору товарів та послуг призначених для особистого споживання або для домашнього господарства. Інші трактують споживчий ринок як коло споживачів, що купують та використовують створену суспільну вартість. На думку Т.П. Яхно, таке трактування споживчого ринку є частковим, не враховує цілий спектр споживчого ринку, який представлений продавцями

товарів, і не відбиває всього комплексу взаємин, які відбуваються під час операцій купівлі-продажу товарів та послуг споживчого характеру. Тому, автор пропонує, споживчий ринок розглядати як відкриту, динамічну, багатofункціональну систему економічних взаємин, матеріальною основою яких є рух товарів, послуг та грошей під час процесу купівлі-продажу товарів та послуг, яка постійно вдосконалюється та саморегулюється. [43, с.162-163].

О.В. Азарян наголошує, що споживчий ринок це з'єднувальний елемент між виробництвом та особистим споживанням; це сфера завершальної стадії обігу товарів та капіталів, на якій вартість одержує кінцеве значення [1, с.191].

Як систему безпосередніх та опосередкованих взаємовідносин між виробництвом та особистим споживанням, яка задовольняє потреби усіх учасників в процесі реалізації товарів та послуг встановлених характеристик, визначає споживчий ринок О.В. Зверєва. Поміж тим, взаємини між учасниками ринку (виробниками, посередниками чи продавцями та споживачами) здійснюються у відповідному зовнішньому середовищі, яке охоплює економічну, інноваційну, технічну, соціально-культурну, екологічну та правову складову [17, с.341].

Споживчий ринок як одна із складових ринку характеризує комплекс соціально-економічних взаємин виробника і споживача, що виникають в процесі купівлі-продажу (оренди) товарів та послуг задля кінцевого (особистого) споживання на думку Л. Лігоненко [38, с.10].

За визначенням О.Л. Гальцової та О.І. Трохимця, споживчий ринок – це перманентно функціонуюча система, яка забезпечує виробництво та продаж споживчих товарів і послуг, охоплює як сегмент з монопольними підприємствами, так і сферу з вільною конкуренцією, а також передбачає застосування державного регулювання цін і тарифів. [8, с.42]

Як системі, споживчому ринку притаманні динамічні межі, структурні та кон'юнктурні зміни, які своєю чергою залежать від взаємодії ключових учасників ринку (а саме, виробників, постачальників, посередників та

споживачів). Ця взаємодія реалізується в процесі економічного обміну товарами і послугами, дозволяє узгоджувати інтереси ринку різних учасників ринку та координувати їх суб'єктивні цінності в умовах обмежених ресурсів. Відповідно до Т.П. Яхно, механізм функціонування споживчого ринку як системи на постійній основі підтримує процес урівноваження ринку, здійснює перехід від неврівноваженості до рівноваги між основними складовими ринку, що проявляється в балансі обсягів виробництва і споживання, попиту і пропозиції, а також у збалансованості цін, відповідно до інтересів усіх суб'єктів ринку [43, с.163-164].

Системний підхід щодо визначення сутності споживчого ринку поділяють О.В. Мицак та Л.Я. Бублик, які зазначають цю економічну категорію слід розглядати як систему взаємовигідного обміну споживчими товарами та послугами, яка характеризується динамізмом, саморегулюванням та відкритістю [27, с.45].

Дотримуючись схожої думки, Т.М. Гродецька відмічає провідну роль споживчого ринку у формуванні, розвитку та реалізації економічних інтересів усіх суб'єктів економічної системи, а також вплив споживчого ринку на встановлення загальноекономічних пропорцій [11, с.14]

Отже, вивчивши думки провідних науковців щодо сутності споживчого ринку, та беручи до уваги територіальну локалізацію його регіональної складової, регіональний споживчий ринок варто розглядати як систему економічних відносин щодо купівлі-продажу споживчих товарів і послуг локалізовану в межах певного географічного регіону. Регіональний споживчий ринок відіграє надважливу роль у задоволенні потреб населення в товарах та послугах, забезпеченні економічної сталості та розвитку регіону.

Регіональний споживчий ринок є частиною загальнонаціонального споживчого ринку, але має свої особливості, зумовлені специфікою регіону, а саме його географічним розташуванням, рівнем економічного розвитку,



чисельністю та структурою населення, соціальними, екологічними умовами, традиціями споживання тощо.

Основна мета діяльності регіонального споживчого ринку є задоволення споживчих запитів різних соціальних груп на необхідні товари та послуги відповідно до їх купівельних можливостей [31, с.19].

Основні завдання регіонального споживчого ринку:

- ✓ забезпечення насиченості ринку споживчими товарами та послугами, розширення асортименту товарної пропозиції задля задоволення потреб різних груп споживачів, паралельно зі збільшенням обсягів;
- ✓ усунення суттєвих відмінностей між регіональними ринками за структурою та рівнем попиту й пропозиції, за умовами продажів, а також гармонізація різних сегментів ринку, що обслуговують різні соціальні верстви;
- ✓ покращення ринкових умов шляхом створення сучасної, добре організованої оптової інфраструктури, яка задовільняє вимоги ринку;
- ✓ розширення системи захисту прав споживачів, вдосконалення механізмів сертифікації споживчих товарів і послуг, а також захисту національного ринку від неякісної імпортової продукції;
- ✓ стимулювання пропозиції споживчих товарів та створення сприятливих умов для їх виробництва орієнтованих на платоспроможний попит;
- ✓ формування конкурентного середовища на ринку товарів і послуг, включно між вітчизняними та імпортними виробниками [31, с.19].

В залежності від виду споживчих товарів, купівля-продаж яких виступає предметом ринкових відносин, регіональний споживчий ринок поділяється на регіональний ринок продовольчих товарів, регіональний ринок непродовольчих товарів та регіональний ринок послуг. В свою чергу регіональний ринок продовольчих товарів включає в себе сукупність регіональних продуктових ринків. Наприклад, ринок цукру, ринок олії, ринок м'яса та м'ясопродуктів, ринок плодоовочевої продукції, ринок хліба тощо.

Продовольчі товари як об'єкти купівлі-продажу на ринку відзначаються різноманітністю та неоднорідністю. Це товари, які споживчі купують для вживання у вигляді їжі. Продовольчі товари можуть реалізовуватись та споживатись як у натуральному, так і в переробленому стані. В залежності від походження, продовольчі товари поділяються на дві основні групи: продукти рослинного і тваринного походження. Крім того, до цієї категорії належать алкогольні та безалкогольні напої, а також біологічно активні добавки.

Що стосується непродовольчих товарів, які купуються для задоволення нехарчових споживчих потреб, то їх склад характеризується ще більшим різноманіттям та строкатістю. До непродовольчих товарів відносять текстильні товари, одяг, взуття, галантерейні товари, товари побутової хімії, парфумерно-косметичні товари, ювелірні товари, художньо-декоративні товари, культурно-побутові товари, транспортні засоби особистого користування, будівельні товари, меблеві товари, електротовари, побутові електромашини і прилади та інші господарські товари. За рівнем попиту серед непродовольчих товарів виділяють товари повсякденного вжитку, товари попереднього вибору, товари особливого попиту та товари пасивного попиту.

Ринок послуг включає в себе ринок транспортних послуг, будівельних послуг, інформаційних послуг, фінансово-кредитних послуг, житлово-комунальних послуг, соціально-культурних послуг, побутових послуг, ринок послуг зв'язку тощо. Як предмет купівлі-продажу послуга являє собою цілеспрямовану діяльність продавця послуги з метою задоволення певних потреб покупця послуги.

Основними суб'єктами регіонального споживчого ринку є виробники, посередники та споживачі, тобто фізичні та юридичні особи які виробляють товари та послуги, просувають їх на ринку та купують з метою кінцевого особистого споживання. М.Г. Безпарточний наголошує, що регіональний споживчий ринок має певні обмеження щодо локалізації, тобто суб'єктами ринкових відносин на ньому можуть виступати фізичні та юридичні особи, які

не локалізовані на конкретній території, за умови що вони купують чи продають товари і послуги в досліджуваному регіоні [5, с.44].

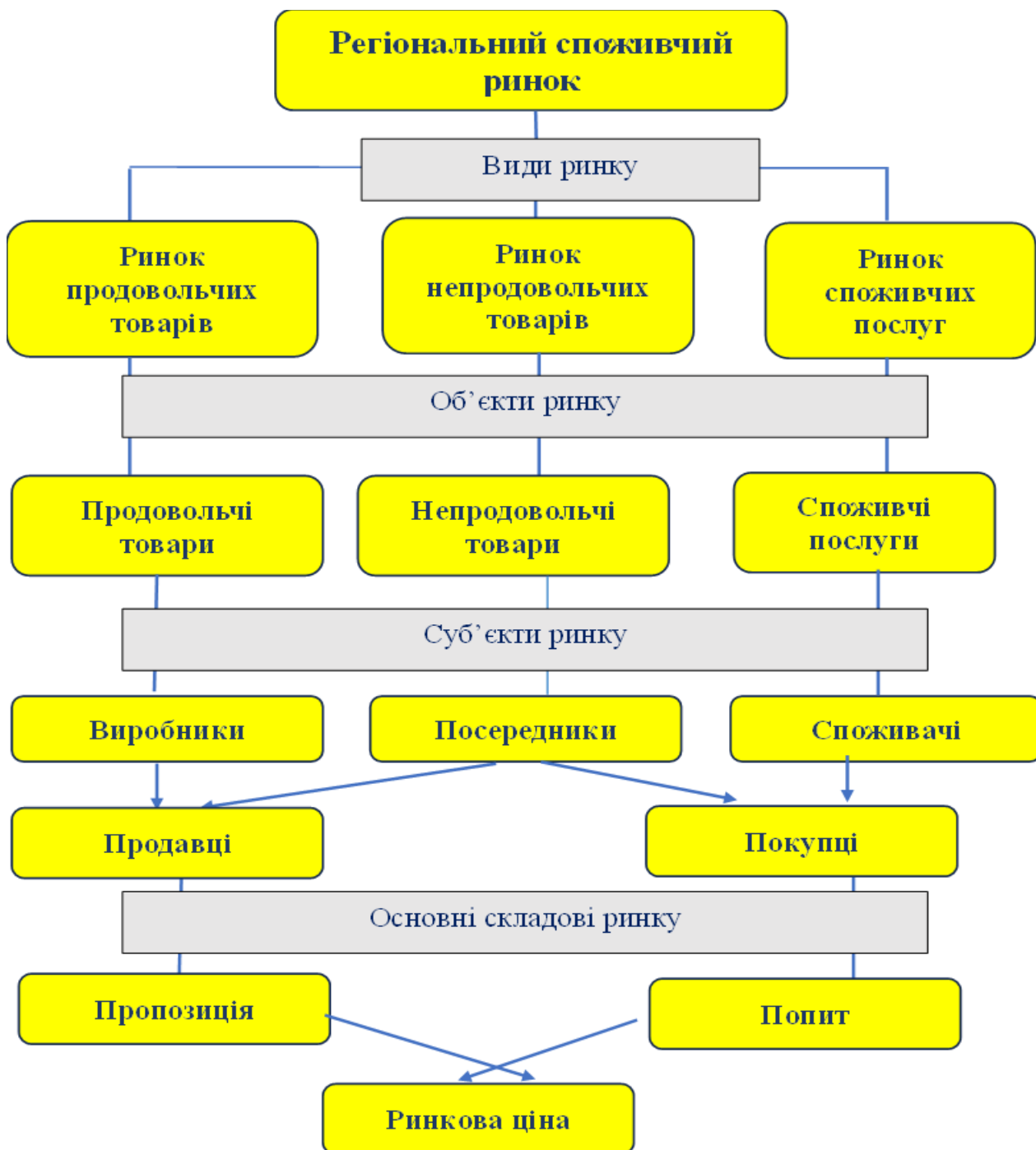


Рис.1.6. Основні характерні ознаки регіонального споживчого ринку.  
\* сформовано автором

Посередники як суб'єкти споживчого ринку – це фізичні та юридичні особи, які просувають споживчі товари та послуги від виробника до споживача. Зазвичай, функцію посередника виконують оптові бази,

посередницькі організації, мережа підприємств дрібногуртової та роздрібною торгівлі, фізичні особи підприємці сфери торгівлі, які продають споживчі товари та послуги. В залежності від фази просування споживчих товарів та послуг від виробника до споживача, посередники спочатку виконують функцію покупця, а потім продавця.

На регіональному споживчому ринку попит відображає виражені в грошовій формі потреби населення в межах певної території. Натомість, пропозиція охоплює просторово розосереджену сукупність товарів, які продавці готові реалізувати на споживчому ринку у рамках встановлених цінових меж. Ринкова ціна на споживчі товари і послуги, це відображення балансу потреб та економічних вигод усіх учасників ринку. Це вартість споживчого товару чи послуги, за яку продавці згодні продати, а покупці купити предмет торгу в певний момент та на певній території. Як зазначає Н.М. Попадинець, навіть в межах одного регіонального споживчого ринку рівень цін істотно варіюється залежно від локації продажу, наприклад, у міській та сільській місцевості [31, с.18].

Отже, регіональний споживчий ринок в сучасних умовах виконує важливу функцію в забезпеченні добробуту населення регіону та сприяє його економічному розвитку. З іншої сторони економічний розвиток регіону формує наповненість та ємкість регіонального споживчого ринку, бо в регіонах з високим рівнем загально-економічного розвитку, високий рівень розвитку виробництва споживчих товарів, що впливає на рівень пропозиції; вищий рівень зайнятості та розмір заробітної плати, що спричинює високий попит на споживчому ринку. Ефективність регіонального споживчого ринку залежить від його ємкості та насиченості, від розвитку ринкової інфраструктури, які забезпечують широкий вибір та доступність споживчих товарів та послуг.

### **1.3. Методологічні підходи до оцінки та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку**

Кон'юнктура регіонального споживчого ринку це комплексна характеристика поточної ринкової ситуації на географічно обмеженому (локалізованому) ринку споживчих товарів і послуг, яка виражена співвідношенням попиту та пропозиції на споживчі товари, динамікою цін, рівнем розвитку конкурентних відносин та формується під впливом економічних, соціальних, демографічних та інших факторів. Ситуативність регіональної кон'юнктури ринку, її актуальність станом на певний момент часу зумовлюють необхідність постійного моніторингу основних її параметрів. Оцінку та прогнозування основних показників регіональної ринкової кон'юнктури в економічній практиці прийнято називати кон'юнктурними дослідженнями ринку.

Л.О. Іванова та О.М. Музика зазначають, що кон'юнктурні дослідження ринку – це систематичний і планомірний процес збору та обробки інформації про стан товарного ринку, виявлення його особливостей та оцінка тенденцій зміни ключових параметрів з метою їх як найточнішого прогнозування для розробки можливих альтернатив управлінських рішень [19, с.58-59].

Дослідження кон'юнктури споживчого ринку – це комплекс заходів спрямованих на одержання інформації щодо стану споживчого ринку, співвідношення попиту і пропозиції на споживчі товари та послуги, оцінка відповідності кількості та якості пропонованих товарів та послуг споживчим запитам [36, с.67].

За О.С. Євсейцевою та Д.В. Новіковим, кон'юнктурні дослідження – це вивчення ринкової кон'юнктури, яка формується під дією певних факторів і характеризуються конкретними показниками. Кон'юнктурні дослідження дозволяють сформуванню об'єктивну інформацію щодо внутрішнього та зовнішнього виробництва товарів, провести порівняння обсягів виробництва та споживання товарів, правильно оцінити конкурентну ситуацію на ринку та

спрогнозувати її розвиток, проаналізувати динаміку цін та встановити їх динамічні тренди. Користувачі такої аналітичної інформації щодо ринкової кон'юнктури використовують її для зниження рівень ризику, пошуку оптимального сегменту ринку та ринкової ніші, вибору вектора диверсифікації, обрання цінової стратегії на певні товари та послуги задля одержання конкурентної переваги [15, с.97, 100].

Методологія дослідження кон'юнктури регіонального споживчого ринку – це система наукових принципів та засад проведення відповідного дослідження, сукупність наукових теорій та економічних законів, на яких базується оцінка та прогнозування ринкової кон'юнктури, комплекс конкретних методів, прийомів та інструментів дослідження.

Н.М. Попадинець зазначає, що методологія дослідження кон'юнктури споживчого ринку – це логіка наукового дослідження та стратегія застосування методів пізнання поточної ринкової ситуації, яка виконує кілька ключових функцій. А саме, методологія дослідження слугує інструментом для пояснення закономірностей, що відображають реальні процеси на регіональному споживчому ринку. Окрім того, методологія дослідження характеризує надійність та достовірність зібраних даних для формування знань про поточний стан ринку, дозволяє дослідити вплив невідомих явищ на розвиток регіонального споживчого ринку [32, с.265]

Теоретичну основу методології дослідження кон'юнктури регіонального споживчого ринку складає сукупність фундаментальних та методологічних знань, теорій та результатів міждисциплінарних та прикладних кон'юнктурних досліджень, які описують засади функціонування ринкових систем, взаємодію попиту та пропозиції, поведінку споживачів і виробників, принципи ціноутворення тощо. Основним теоретичним підґрунтям є теорія попиту і пропозиції, яка є фундаментальною не тільки для кон'юнктурних досліджень, а й для всієї економічної науки. Ця теорія пояснює механізм формування ринкових цін, виходячи із рівноваги попиту та пропозиції. Основним

постулатом теорії попиту та пропозиції є такі твердження: поточна ситуація на ринку, тобто ринкова кон'юнктура визначається рівновагою або балансом попиту і пропозиції, та ціною при якій попит і пропозиція на ринку рівні. Складовими теорії попиту та пропозиції є закон попиту та закон пропозиції, які пояснюють взаємозв'язок між рівнем ринкового попиту на товар та його ціною, а також між обсягом товарної пропозиції на ринку та ринкової ціною товару. Відповідно до теорії ринкової рівноваги, як ще називають теорію попиту та пропозиції, будь які коливання в попиті та пропозиції зумовлюють зміну ринкових цін, а отже змінюють ринкову кон'юнктуру. Окрім того, теоретичні засади здійснення кон'юнктурних досліджень базуються на теорії економічних циклів, теорії недосконалої конкуренції, теорії інституціонізму та неокласичній теорії, а також теорії раціональних очікувань та поведінковій теорії. Ці теорії обґрунтовують причини змін попиту та пропозиції на товарних ринках, описують наслідки кон'юнктурних змін, пояснюють механізми взаємодії кон'юнктуроформуючих факторів, досліджують механізми регулювання ринкової кон'юнктури тощо.

Методологічні підходи щодо оцінки та прогнозування ринкової кон'юнктури базуються на сукупності методів ринкових досліджень, які є основою для визначення, оцінки та прогнозування тенденцій зміни основних її складових (попиту, пропозиції та ринкової ціни), а з іншого боку, спираються на сукупність діалектичних принципів формування наукових знань. Діалектичний підхід до здійснення кон'юнктурних досліджень передбачає розгляд та вивчення кон'юнктури регіонального споживчого ринку, його основних складових та кон'юнктуроформуючих факторів у взаємозв'язку та взаємообумовленості, як єдність та боротьбу протилежностей (попиту та пропозиції) з врахуванням її постійного динамізму та розвитку.

Окрім діалектичного підходу, методологія оцінки та прогнозування ринкової кон'юнктури використовує системний підхід. Системний підхід передбачає вивчення кон'юнктури регіонального споживчого ринку як

складової загальної кон'юнктури споживчого ринку в Україні та загальноекономічної кон'юнктури загалом, так і як складну систему структурованих ринкових кон'юнктур на окремих товарних ринках, які перебувають у певному взаємозв'язку та впорядкованості, поєднуючи часткові цілі для найкращого досягнення ключової мети.

Процесний підхід до методології оцінки та прогнозування ринкової кон'юнктури передбачає розгляд кон'юнктурних досліджень як процес, який складається з декількох етапів. Етапи кон'юнктурних досліджень представлені на рис.1.7. Етапи здійснення дослідження ринкової кон'юнктури на регіональному споживчому ринку можна згрупувати на три основні стадії дослідження:

- підготовчу стадію дослідження, яка включає формування цілей та завдань дослідження, розробку плану дослідження та побудову системи показників, формування інформаційної бази дослідження;
- аналітичну (основну) стадію дослідження, яка передбачає первинну обробку інформаційних даних, визначення основних показників – індикаторів ринкової кон'юнктури, а також їх структурний, динамічний та факторний аналіз, прогнозування кон'юнктури споживчого ринку на основі виявлених динамічних трендів та побудованих факторних моделей взаємозв'язку основних показників кон'юнктури;
- підсумкову стадію дослідження, яка передбачає перевірку встановлених гіпотез, формування висновків, побудову звітів та надання рекомендацій за результатами оцінки та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку.



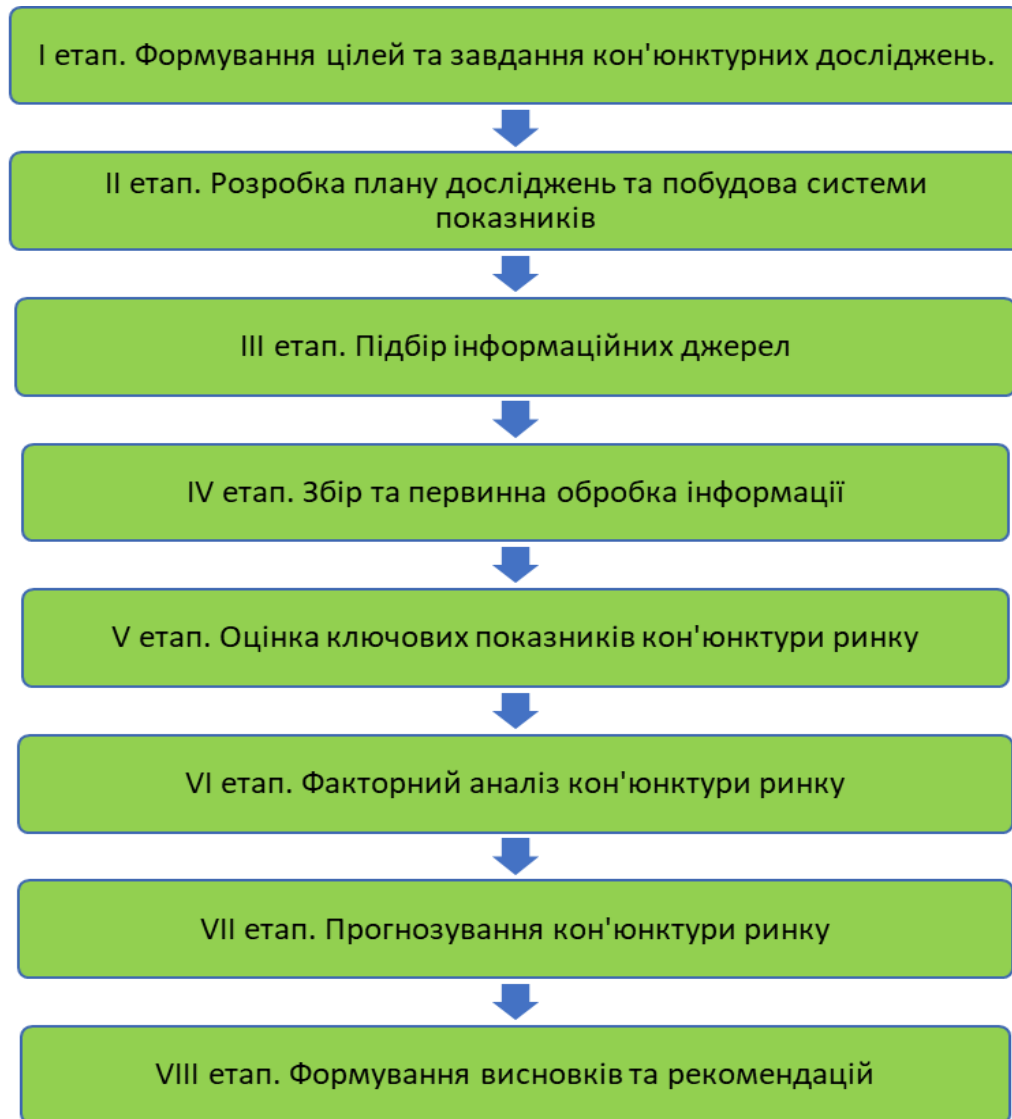


Рис.1.7. Основні етапи здійснення оцінки та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку.

\* сформовано автором на основі [41, с.33, 42, с.16]

Н.В. Щербак зазначає, що методологія дослідження кон'юнктури споживчого ринку значною мірою залежить від цілей та завдань, які ставляться на початковій стадії дослідження. При тому, перед кон'юнктурним дослідженням можуть ставитися стратегічні або оперативні цілі. Оперативні цілі дослідження кон'юнктури ринку передбачають спрощені аналітичні процедури оцінки поточної ринкової ситуації та її прогнозування на основі екстраполяції трендів на відносно невеликий період. Стратегічні цілі кон'юнктурного дослідження потребують використання більш складних

методів оцінки та встановлення закономірностей розвитку кон'юнктури споживчого ринку [6, с.41].

Методика оцінки та прогнозування ринкової кон'юнктури – це певна логічна послідовність дій і сукупність методів та прийомів кон'юнктурного дослідження, які дозволяють оцінити поточну ситуацію на ринку щодо пропозиції на споживчі товари, споживчого попиту та цінових параметрів ринку, а також спрогнозувати найближчі змін показників кон'юнктури.

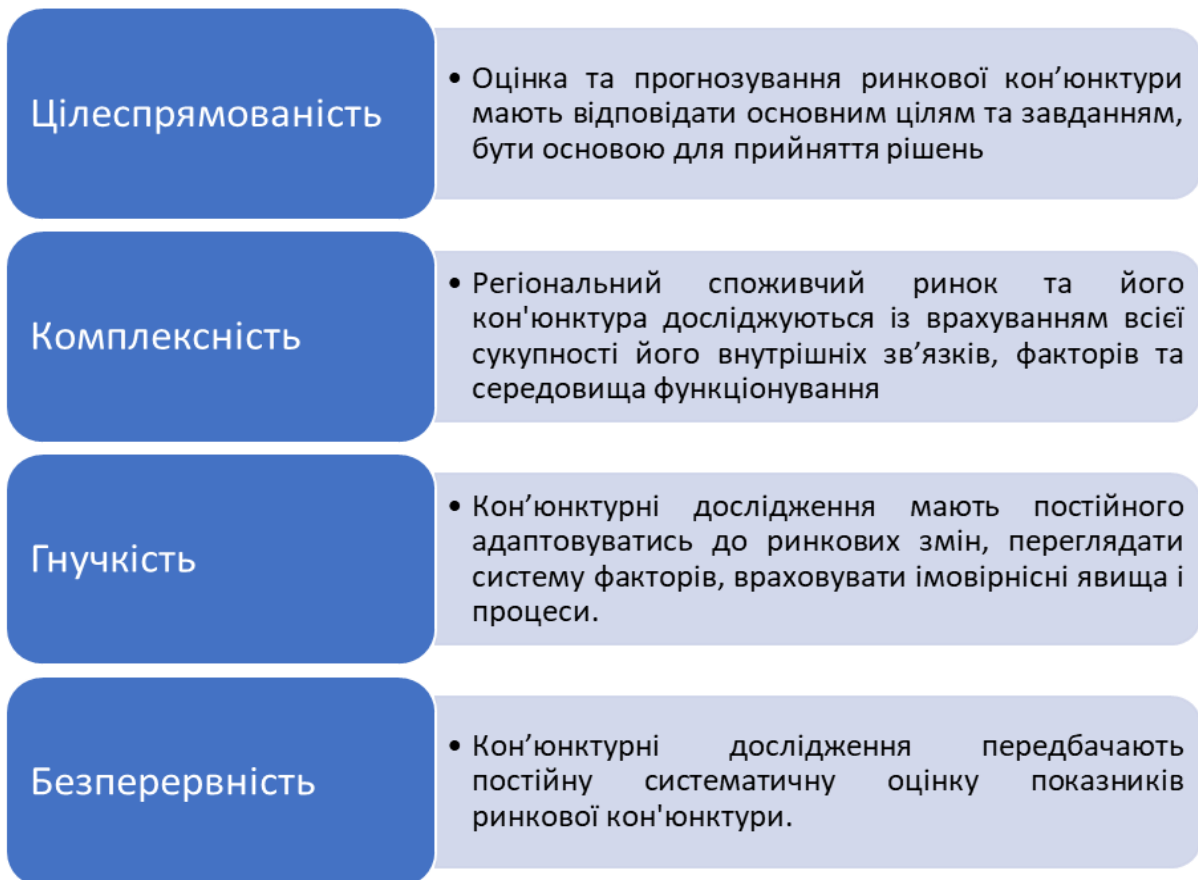


Рис.1.8. Принципи методики оцінки та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку.

\* сформовано автором на основі [19, с.59-61]

Методика оцінки та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку має враховувати циклічність, системність, конкретність, динамічність кон'юнктури окремих товарних ринків, з яких складається споживчий ринок в межах регіону [42, с.15].

Методика кон'юнктурних досліджень передбачає використання сукупності як загально-наукових, так і прикладних (конкретних) методів та

прийомів. Серед загальних методів та прийомів наукового (діалектичного) пізнання явищ та процесів, кон'юнктурний аналіз регіонального споживчого ринку використовує аналіз і синтез, індукцію і дедукцію, аналогію, спостереження, порівняння, моделювання, абстрагування, конкретизація, системний аналіз, оцінка, класифікація та інші.

Що стосується конкретних (прикладних) методів кон'юнктурного аналізу, то серед них виділяють:

- статистичні методи (статистичне спостереження, метод середніх та відносних величин, оцінка показників варіації, аналіз рядів динаміки, трендовий аналіз, індексний аналіз) використовуються для збору, обробки та інтерпретації кон'юнктурних даних про стан регіонального споживчого ринку;

- економіко-математичні методи (кореляційно-регресійний аналіз, факторний аналіз, кластерний і структурний аналіз, ARIMA, VAR) дозволяють виявити причинно-наслідкові зв'язки між показниками ринкової кон'юнктури, побудувати модель ринкової кон'юнктури та прогнозувати зміну основних її індикаторів;

- емпіричні методи (метод експертних оцінок, анкетування споживачів, спостереження, експеримент, метод сценаріїв, метод аналітичних записок, метод Дельфі, SWOT-аналіз) дозволяють використати досвід та знання дослідника щодо якісних параметрів розвитку ринкової кон'юнктури;

Важливим етапом алгоритму дослідження кон'юнктури регіонального споживчого ринку є побудова системи показників, які характеризують основні параметри складових ринкової кон'юнктури.

Показники кон'юнктури регіонального споживчого ринку розділяють та чотири основні блоки, а саме:

1. Показники пропозиції: обсяг виробництва споживчих товарів, обсяг експорту та імпорту відповідних товарів, які формують ємкість ринкової пропозиції; відносні показники динаміки обсягів ринку; динаміка витрат

виробництва товарів, динаміка світових цін для імпортованих товарів, сировинний потенціал; обсяг інвестицій, еластичність пропозиції.

2. Показники попиту: обсяг споживання товарів, чисельність населення, її структура і динаміка; сегментація і диференціація споживчого попиту; функціональні можливості; еластичність попиту від маркетингових збудників.

3. Цінові показники: рівень цін; варіація; однорідність; типовість; стійкість; дисперсія; абсолютні та відносні показники товарообігу.

4. Показники тенденцій розвитку ринку, його насиченості, концентрації, рівня конкуренції, стійкості та циклічності (коефіцієнт концентрації, індекси Джині, Херфінделя-Хершмана, Розенблюта, Лінда, Лернера). [29, с.62]

Таким чином, оцінка та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку відіграє роль в прийнятті управлінських рішень як у виробничій, та і в торгівельній сфері. Використання сучасних методів та інструментів дозволяє систематично оцінювати та більш точно визначати тенденції розвитку ринку задля ефективного управління бізнесом, зниження підприємницьких ризиків та використання можливостей ринку.

## **Розділ 2. ОЦІНКА КОН'ЮНКТУРИ РЕГІОНАЛЬНОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ**

### **2.1. Загальна характеристика ринку продовольчих товарів**

Ринок продовольчих товарів є важливою складовою регіонального споживчого ринку. З організаційного погляду він являє собою розвинуту, багаторівневу форму організації процесу товарного обігу продуктів харчування як натуральних, так і перероблених. Ефективне функціонування продовольчого ринку є важливою складовою забезпечення первинних потреб населення в продуктах харчування. Показники розвитку регіонального ринку продовольчих товарів є важливим індикатором продовольчої безпеки як на регіональному так і національному рівнях.

Структурно ринок продовольчих товарів поділяються на оптовий продовольчий ринок та роздрібний продовольчий ринок. Оптовий ринок продовольчих товарів – це сукупність взаємовідносин щодо купівлі-продажу продовольчих товарів великими партіями з метою наступної переробки чи перепродажу. Такий підвид продовольчого ринку важко назвати споживчим, оскільки метою здійснення торгівельних операцій не є задоволення потреб населення в продуктах харчування. Регіональний споживчий ринок продовольчих товарів це передусім роздрібний продовольчий ринок, який являє собою множину економічних відносин щодо здійснення торгівельних операцій продовольчими товарами з метою їх кінцевого споживання покупцями в межах окремо взятого регіону. Це своєрідний міст між основними фазами відтворювального процесу, а саме виробництвом та споживанням продуктів харчування, між виробником та споживачем.

На думку О.Р. Кондри, сучасному регіональному ринку продовольчих товарів притаманні зниження платоспроможного попиту, постійне підвищення цін на продовольство, недостатня насиченість товарних запасів, що зумовлює ажіотажний попит та спекулятивні ціни, невідповідність між попитом та пропозицією за багатьма товарними позиціями [22, с.72].

Специфіка продовольчих товарів як об'єкту продажу зумовлює залежність регіонального продовольчого ринку від місцевого виробництва, тобто від розвитку харчопереробної промисловості.

Учасниками регіонального продовольчого ринку є юридичні особи (підприємства торгівлі) та фізичні особи-підприємці, які в ролі продавців вступають в економічних відносин щодо продажу-купівлі продуктів харчування, та населення, яке купує продовольчі товари для кінцевого споживання у вигляді їжі. Об'єктом продажу на споживчому ринку продовольчих товарів є продукти тваринного чи рослинного походження, які покупці купують та використовують в у натуральному чи переробленому вигляді з метою задоволення первинної потреби в їжі, поповнення енергії та вітамінно-мінерального балансу завдяки їх складу та споживчим якостям.

Львівська область як локалізація регіонального ринку продовольчих товарів є одним з найбільших регіональних ринків України (2,5 млн населення або 5,0% населення країни станом до початку військових дій). Найбільш розвиненим районом області за площею та чисельністю населення є: Львівський район, який є приміською зоною великої львівської агломерації. Поруч з тим високими розвитком характеризуються Стрийський, Шептицький та Дрогобицький райони. Чотири райони Львівщини мають кордон із Республікою Польща та пункти пропуску через нього, що впливає на стан регіонального продовольчого ринку.

Львівська область характеризується досить розвинутим ринком продовольчих товарів. Це підтверджується показниками розвитку суб'єктів торгівельного підприємництва. Так, за підсумками 2023 року відповідно до офіційних даних Державної служби статистики України, Львівщина була серед лідерів за кількістю суб'єктів торгівельного підприємництва, та кількістю підприємств роздрібної торгівлі. У 2023 році на Львівщині було зосереджено 9,2% усіх роздрібних торгівельних підприємств України, 7,2% усіх суб'єктів роздрібного торгівельного підприємництва.

За даними дослідження RAU Analytics, Львівська область за кількістю працюючих об'єктів роздрібної торгівлі займала друге місце, поступаючись лише столичному регіону [16].

Протягом останніх п'яти років кількість суб'єктів торговельного підприємництва, а з тим і учасників роздрібного споживчого ринку незначно зріс. 2022 рік характеризувався спадом ділової активності суб'єктів торговельного бізнесу, проте вже у 2023 році кількість суб'єктів бізнесу в торгівлі загалом зросла на 11,5%, суб'єктів бізнесу роздрібної торгівлі зросла на 9,6%, а суб'єктів продуктово-торгівельного бізнесу – на 7,3%.

Таблиця 2.1.

**Динаміка суб'єктів регіонального споживчого ринку продовольчих товарів Львівської області.\***

Показники	2019 р	2020 р	2021 р	2022 р	2023 р	2023 р у%до	
						2018 р	2022 р
Кількість суб'єктів торговельного підприємництва, од	48428	48164	46538	45130	50315	103,9	111,5
Кількість торговельних підприємств, од	5229	5465	5712	4520	5478	104,8	121,2
Кількість суб'єктів торговельного бізнесу продуктами харчування, од	11281	11153	10857	10154	10900	96,6	107,3
Кількість підприємств - продавців продовольчих товарів, од	617	596	639	427	464	75,2	108,7
в т.ч., у % до усіх підприємств роздрібної торгівлі, %	51,6	50,2	50,1	46,8	44,9	87,1	96,0
У % до усіх торговельних підприємств, %	11,8	10,9	11,2	9,4	8,5	71,8	89,7

\* Розраховано на основі [12]

Для торговельного бізнесу загалом та роздрібної торгівлі продовольчими товарами характерним є домінування серед продавців фізичних осіб підприємців. Частка фізичних осіб підприємців серед продавців продуктів харчування складає близько 95,0%.

Регіональний споживчий ринок Львівської області загалом як і його продовольчий сегмент має позитивну тенденцію до нарощування обсягів товарообороту. Протягом 2019-2023 років роздрібний товарообіг продовольчого ринку Львівщини зріс більше ніж у два рази. При цьому, найбільше зростання роздрібного товарообігу суб'єктів торгівельного підприємництва, які займаються продажем продовольчих товарів сталось у звітному 2023 році. Динаміка роздрібного товарообороту споживчого ринку продовольчих товарів відбувалась під впливом пандемії COVID-19 та військової агресії РФ.

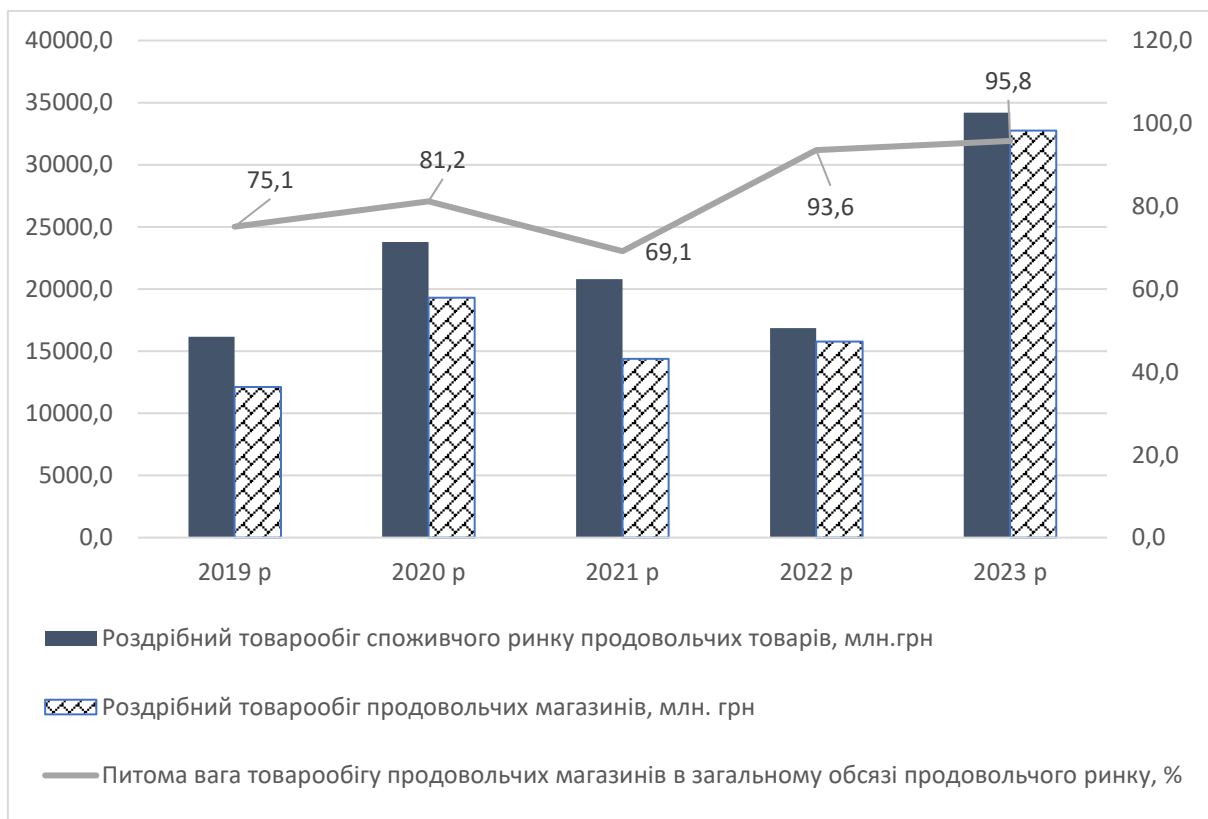


Рис. 2.1. Динаміка роздрібного товарообороту споживчого ринку продовольчих товарів Львівської області

\*Розраховано на основі [9]

Незважаючи на домінування ФОПів серед учасників продовольчого ринку Львівщини, основою формування роздрібного товарообігу ринку є обсяг реалізованих продовольчих товарів торгівельними підприємствами.



Для регіонального споживчого ринку області приманним є концентрація товарообігу торговельних підприємств в неспеціалізованих закладах торгівлі. У 2023 році товарообіг підприємств спеціалізованої роздрібної торгівлі продуктами харчування складав лише 3,1%, що значно порівняно із аналогічним показником 2019 року.

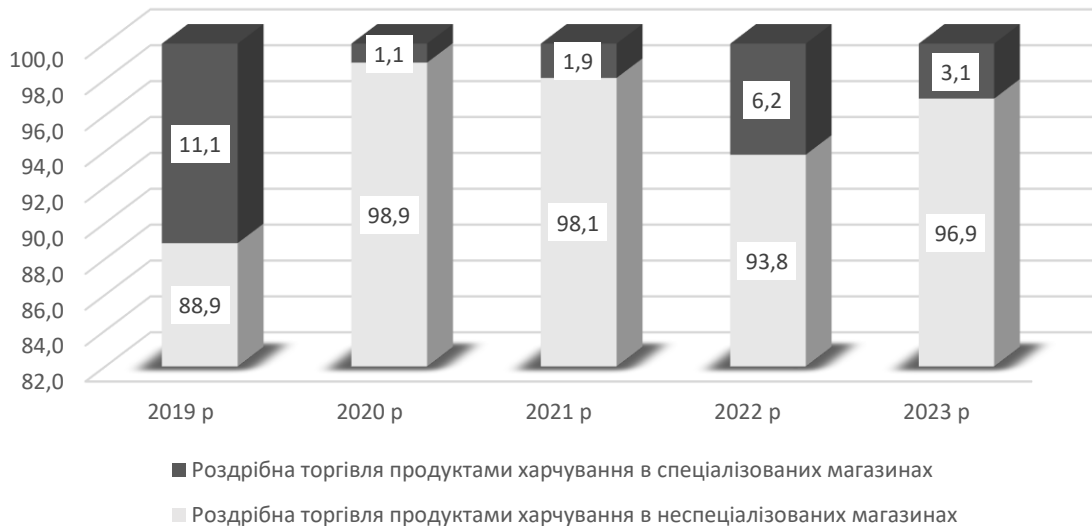


Рис. 2.2. Розподіл товарообороту регіонального продовольчого ринку за об'єктами роздрібної торгівлі  
\*Розраховано на основі [12]

Для продовольчого ринку Львівщини, характерною є загальноукраїнська тенденція до концентрації споживчого ринку. Тобто, основна частка продажів концентрується в мережі продуктового ритейлу, у великих та малих продуктових супермаркетах та магазинах. В сільській місцевості основними торговими об'єктами регіонального продовольчого ринку є торговельні лотки, продуктові крамнички, торгові точки на ринку, а також малі форми торговельних підприємств. У районних центрах та містах, частка мережевої торгівлі в товарообороті продовольчого ринку зростає пропорційно до чисельності населення. Найбільша концентрація продовольчого ринку навколо великих продуктових гіпермаркетів у обласному центрі – м.Львів.

Загалом на Львів припадає близько 70% усього роздрібного товарообороту підприємств торгівлі. Питома вага обласного центру в роздрібному товарообороті продовольчих товарів дещо менша та складає близько 60%. Це пояснюється тим, що товарооборот продовольчого ринку менш концентрований через наближеність до кінцевого споживача, ніж товарооборот непродовольчих споживчих товарів.

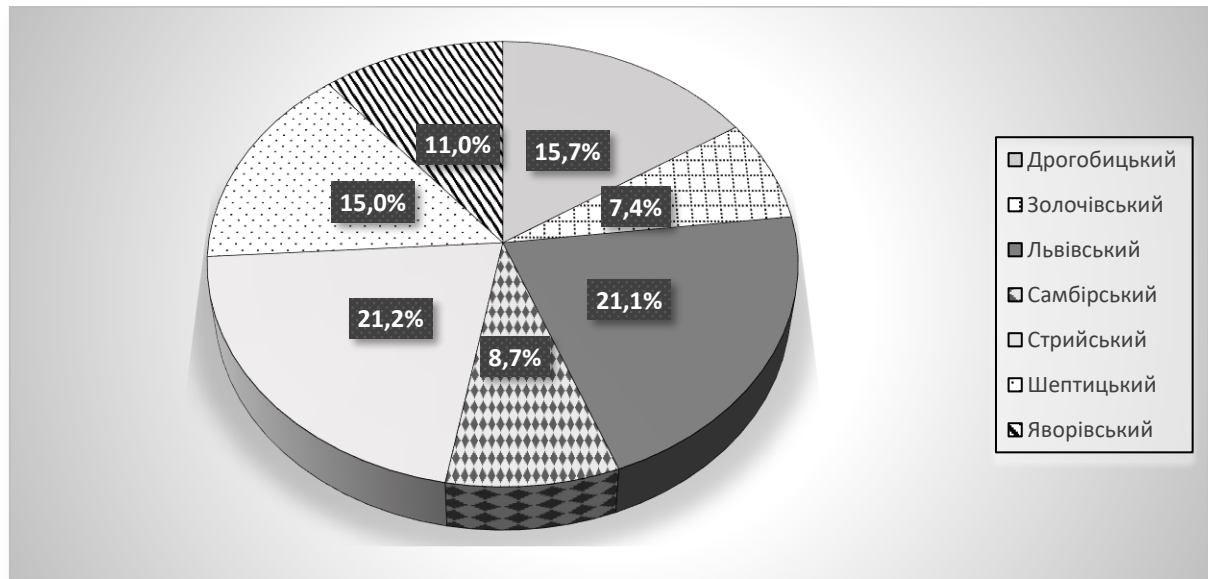


Рис. 2.3. Роздрібний товарооборот підприємств в районах Львівської області (без м.Львів).

\*Розраховано на основі [9]

Аналіз просторового розвитку регіонального споживчого ринку (рис. 2.3.) показав, що окрім обласного центру лідерами за розвитком споживчого ринку у Львівській області є Стрийський та Львівський райони. Найменшу частку в структурі роздрібного товарообороту займають роздрібні підприємства Золочівського району. Виходячи з того, робимо висновок, що у сільській місцевості, або у віддалених районах роздрібна торгівля представлена магазинами, власники яких фізичні особи підприємці.

Зазначимо, що такі просторові пропорції розвитку споживчого ринку загалом та ринку продовольчих товарів зокрема, є характерні для усіх регіональних ринків України. Де товарооборот торговельних підприємств

зосереджений переважно в міській місцевості, а фізичних осіб-підприємців – в сільській місцевості.

Беручи до увагу багатогранність та диференційованість продовольчих товарів в торгівлі їх класифікують на групи (рис.2.1.) відповідно до походження, хімічного складу, поживності, особливості роздрібного продажу та вимог щодо безпеки.



Рис.2.4. Класифікація об'єктів продажу продовольчого споживчого ринку  
\* сформовано автором на основі [33, с.20]

Частка продовольчих товарів на регіональному споживчому ринку зросла на 6,6% і складала у 2023 році 37,6%. Збільшення питомої ваги продовольчих товарів перш за все пов'язано із зниженням купівельної спроможності, що спонукає покупців першочергово задовольняють потреби в продуктах харчування, а непродовольчі товари купувати за залишковим принципом.

Традиційно основну частку ринку продовольчих товарів Львівщини складають молочні товари, бакалійні товари, фрукти та овочі та хлібобулочні товари. Висока частка алкогольних напоїв в структурі товарообороту продовольчих товарів аргументується їх високою ціною. Хоча, як видно з рис.2.6., протягом останніх п'яти років питома вага алкогольних напоїв зменшилась на 4,4 відсоткові пункти.



Рис. 2.5. Товарна структура регіонального споживчого ринку продовольчих товарів Львівської області, 2021.

\*Розраховано на основі [9]

Товарна структура регіонального споживчого ринку вказує на перевагу молочних товарів над м'ясними товарами, високу частку плодоовочевих (10,3), бакалійних (11,0) та (8,6%) хлібобулочних товарів.

Структурні зміни товарообороту на регіональному продовольчому ринку торкнулись частки овочів та фруктів, товарообіг яких зріс майже у три рази, а їх частка збільшилась на 3,4 відсоткових пункта. Відмітимо також, зростання частки цукрових кондитерських виробів, м'яса та м'ясних виробів,

що в сукупності вказує на гармонізацію товарної структури товарного ринку продовольства.

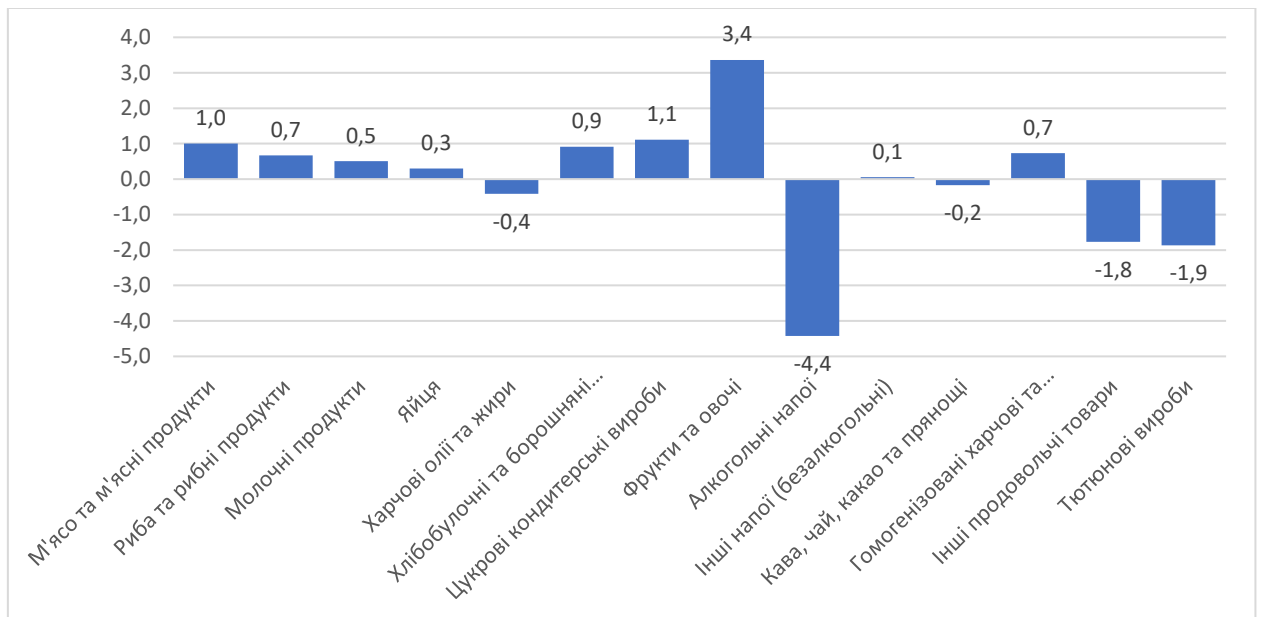


Рис.2.6. Структурні зміни товарообороту продовольчих товарів протягом 2017-2021 років.

\*Розраховано на основі [9]

Для реальної оцінки тенденцій зміни обсягу товарообороту продовольчого ринку, порівняємо їх із динамікою індексу споживчих цін. Таке порівняння виключить номінальне зростання і покаже реальну зміну вартості реалізованих продовольчих товарів у Львівській області. Як видно з рис. 2.7., ми бачимо, що у 2023 році темпи зростання товарообороту (індекс роздрібного товарообороту значно перевищував індекс споживчих цін, що вказує на реальне нарощування ємкості регіонального споживчого ринку загалом, та його продовольчого сегменту зокрема. Отже, причиною зростання товарообороту продовольчого ринку стало зростання фізичного обсягу продаж, на яке безумовно вплинули демографічні зрушення, збільшення кількості ВПО, повернення частини сімей з-за кордону, активізація ділової активності регіональних операторів продовольчого ринку на ринках інших регіонів тощо.

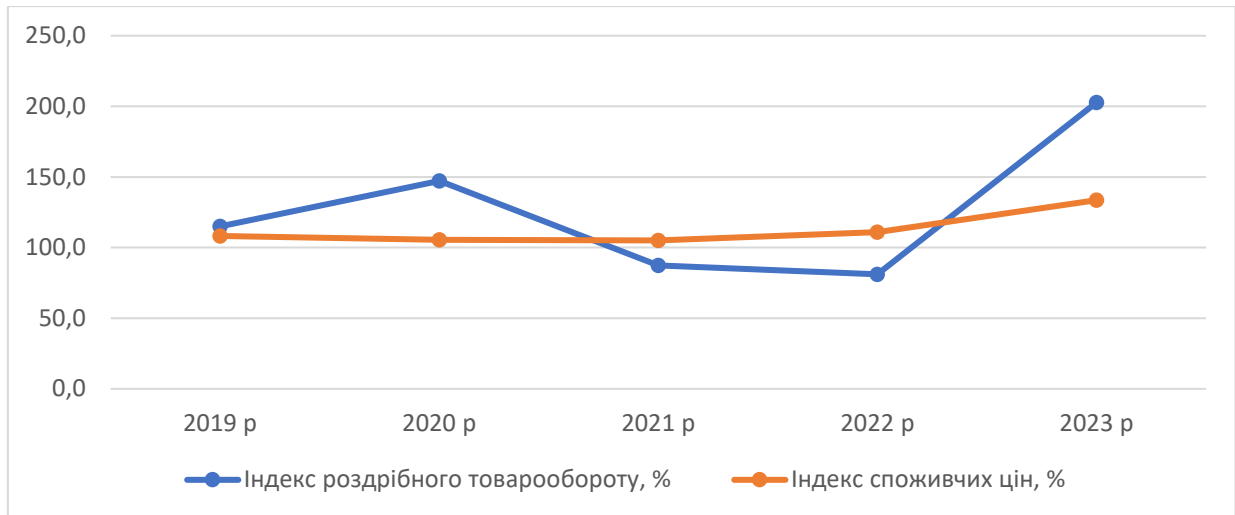


Рис.2.7. Аналіз динаміки індексів розвитку регіонального ринку продовольчих товарів Львівської області

\*Розраховано на основі [9]

Загалом, рівень цін є важливим індикатором розвитку регіонального ринку продовольчих товарів Львівської області. Зростання цін спричинює нарощування роздрібного товарообороту, оскільки ціна є основним чинником який його формує, проте воно дестимулує фізичний обсяг продажів продовольчих товарів при сталих доходах населення.

Таблиця 2.2.

**Аналіз темпів зростання споживчих цін на регіональному продовольчому ринку Львівської області\***

Види продовольчих товарів	Індекс споживчих цін, %					Середній темп зростання, %
	2019 р	2020 р	2021 р	2022 р	2023 р	
Продукти харчування та безалкогольні напої	105,5	105,1	110,9	133,6	104,3	111,4
Продукти харчування	105,7	105,2	111,8	133,9	104,3	111,7
Хліб та хлібопродукти	109,2	109,5	114,8	136,3	97,4	112,8
М'ясо та м'ясопродукти	104,1	102,9	111,4	124,0	112,7	110,8
Риба та рибпродукти	106,4	104,5	105,9	144,3	108,0	112,9
Молоко, сир та яйця	104,5	107,1	110,2	131,9	103,2	110,9
Олія та жири	103,3	105,1	121,0	118,9	99,6	109,2
Фрукти	122,6	114,4	90,1	190,4	100,9	119,4
Овочі	96,1	84,9	116,4	153,3	106,8	109,2
Безалкогольні напої	103,1	102,9	97,9	125,3	104,2	106,3
Алкогольні напої, тютюнові вироби	111,3	110,5	108,0	118,9	110,0	111,7

\* Розраховано на основі [4]

Як видно із таблиці 2.2., основний ріст цін на продовольчі товари відбувся у 2022 році, що не дивно з огляду на обставини. Середній темп зростання цін на регіональному продовольчому ринку вказує, що протягом останніх п'яти років ціни на продовольчому ринку зростали в середньому на 11,4% щорічно. Найвищі темпи зростання цін зафіксовано на фрукти (19,4%), рибу та рибопродукти (12,9%) та хліб та хлібобулочні продукти (12,8%). Найбільш сталими були ціни на безалкогольні напої (6,3%), овочі (9,2%) та олію (9,2%).

Регіональний ринок продовольчих товарів Львівської області формувалася під впливом множини зовнішніх чинників, які впливають на розвиток економіки загалом та продовольчого ринку зокрема. Серед зовнішніх умов в яких формувалася регіональний продовольчий ринок відмітимо групу чинників пов'язаних із політичною нестабільністю та складною безпековою ситуацією. У 2020 році торгівельний бізнес, який є рушійною силою споживчого ринку продовольчих товарів зазнав значних змін через «ковідні обмеження». Для продовольчого ринку це проявилось в частоті повторення ажіотажного попиту на певні види товарів, зростанні закупівельних цін, додаткові витрати на безпекові заходи. Адаптувавшись до пандемійних обмежень, продовольчий ринок як і вся економіка країни завмерли із початком військової агресії. Оговтавшись ринок не справлявся з ажіотажним попитом на продовольчі товари тривалого зберігання, що призвело до вичерпування товарних запасів. Бензинова криза та черги на кордонах супроводжували логістику продовольчих товарів та збільшували ціни на продовольство. Значних змін зазнав продовольчий ринок під час енергетичної кризи, яка спонукала зменшення обсягів виробництва вітчизняної продукції. Сьогодні до негативних чинників впливу на продовольчий ринок додався дефіцит робочої сили як в сфері виробництва продуктів харчування, в сфері її логістики так і в сфері торгівлі.

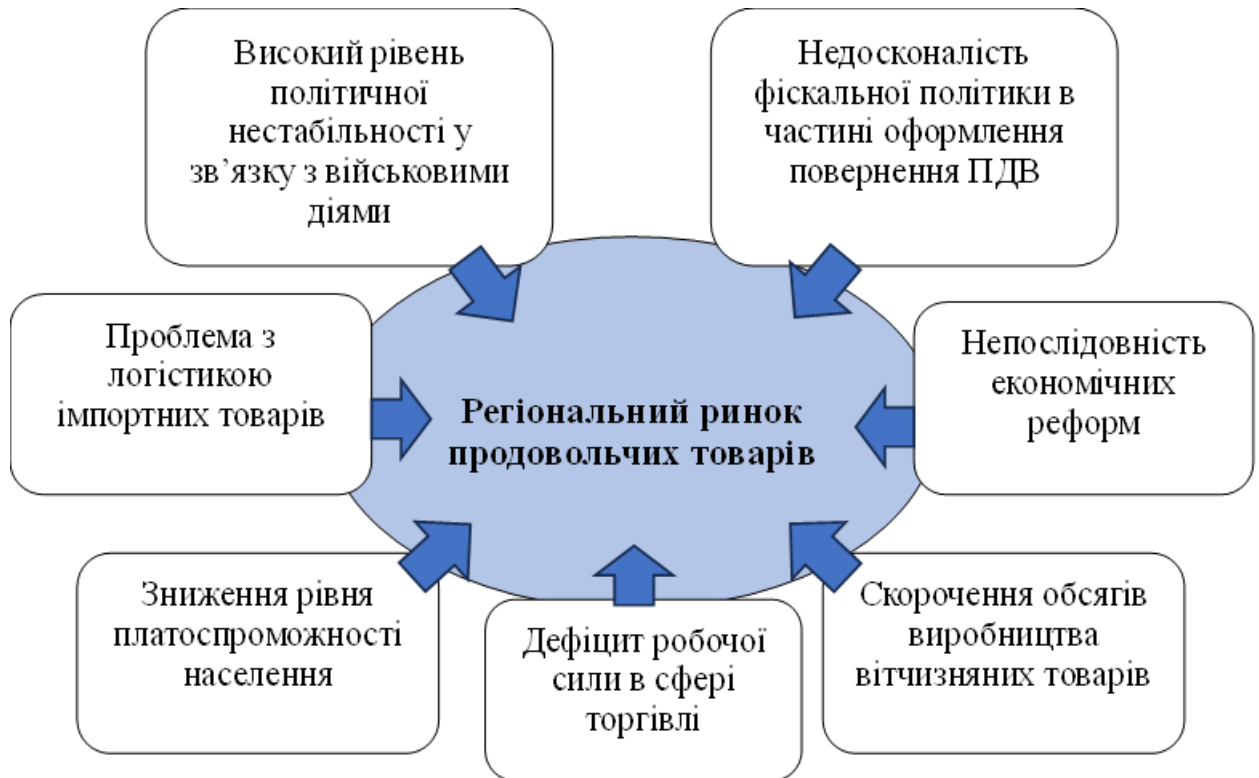


Рис.2.8. Зовнішні чинники формування регіонального ринку продовольчих товарів.

\* Сформовано автором

Отже, регіональний споживчий ринок Львівської області незважаючи на суворі виклики військового часу динамічно розвивається. У 2023 році загальний обсяг товарообігу продовольчих товарів зріс після падіння у 2022 році. Оскільки темпи зростання товарообігу були вищими ніж зростання споживчих цін, ми спостерігаємо реальне зростання фізичного обсягу продажу продовольчих товарів.

## 2.2. Оцінка пропозиції на регіональному ринку продовольчих товарів

Важливою складовою регіонального ринку продовольчих товарів, яка є первинним індикатором поточної ринкової кон'юнктури є пропозиція продовольчих товарів. За своєю суттю пропозиція на регіональному ринку продовольчих товарів – це сукупність товарної маси, яку регіональні оператори ринку (продавці) можуть запропонувати покупцям протягом конкретного періоду за ціною, яка задовільняє їх економічні інтереси. Процес



формування пропозиції на регіональному продовольчому ринку залежить від ряду чинників, серед яких можна виділити технологічні можливості місцевого виробництва, рівень конкуренції серед виробників та продавців, особливості державної регуляторної політики, доступність ресурсів, зміни споживчих запитів тощо.

Пропозиція регіонального ринку продовольчих товарів – це кількісний вимір виробленої на території регіону відповідної продукції, а також завезеної з інших регіонів або імпортованої з-за кордону, яка спрямовується на продаж в межах встановленого регіону.

Якщо розглядати пропозицію регіонального продовольчого ринку як складову ринкової кон'юнктури, то в її складі слід виділяти фактичну товарну масу, яка обертається на ринку, так і потенційну, яку продавці можуть забезпечити у разі потреби. Тобто, показники ринкової пропозиції характеризують реальну місткість та насиченість продовольчого ринку, а також його товарний потенціал. На розмір пропозиції продовольчих товарів впливають сезонні коливання ринкових цін, логістичні можливості, сезонність та специфіка споживчого попиту, а також специфіка та особливості регіонального виробництва.

Пропозиція на регіональному ринку продовольчих товарів залежить від локального виробництва продовольчих товарів та його зовнішнього постачання. В свою чергу, локальне виробництво продовольчих товарів є синтетичний індикатор, це обсяг продовольчих товарів, який був вироблений регіональними виробниками та спрямований для продажу місцевим споживачам. Локальне виробництво промислових товарів формується на основі промислового виробництва продуктів харчування та виробництва сільськогосподарської продукції, яка споживається у натуральному виді (яєць, молока, м'яса, меду, овочів, фруктів, горіхів, ягід тощо).

Що стосується зовнішнього постачання продукції, то це той обсяг продовольчих товарів, який був вироблений поза межами регіону, однак

представлений для продажу на території регіону. Зовнішнє постачання продукції на регіональному продовольчому ринку є поєднанням внутрішнього імпорту та зовнішнього імпорту. Внутрішній імпорт – це продовольчі товари, завезені з інших регіонів України, а зовнішній – завезенні з інших країн.



Рис.2.9. Основні складові пропозиції продовольчих товарів на регіональному споживчому ринку.

\* Сформовано автором

Таким чином, основними суб'єктами формування пропозиції продовольчих товарів є виробники продовольчих товарів як промислового так і сільськогосподарського походження, постачальники сировини, а також підприємства з розподілу, зберігання, транспортування, просування та реалізації продуктів харчування, напоїв та тютюнових виробів безпосередньо до споживачів.

В Україні в довоєнний період виробництво продуктів харчування характеризувалось стійкістю розвитку. Про це свідчить оцінка індексів виробництва продовольчих товарів промислового походження на рис.2.10.

У 2022 році виробництво продуктів харчування різко зменшилось, під впливом втрати виробничих потужностей на окупованих територіях та у прифронтових регіонах, спаду ділової активності та зниження попиту в загальному по країні. Найбільший спад виробництва зафіксовано щодо продукції консервування овочів та фруктів та продукції переробки риби та рибопродуктів, які традиційно зосереджувались у південно-східних регіонах Херсонської, Миколаївської, Запорізької та Донецької областей. У 2023 році вдалось дещо відновити виробництво даних видів товарів, однак досягнути довоєнного рівня не вдалось.

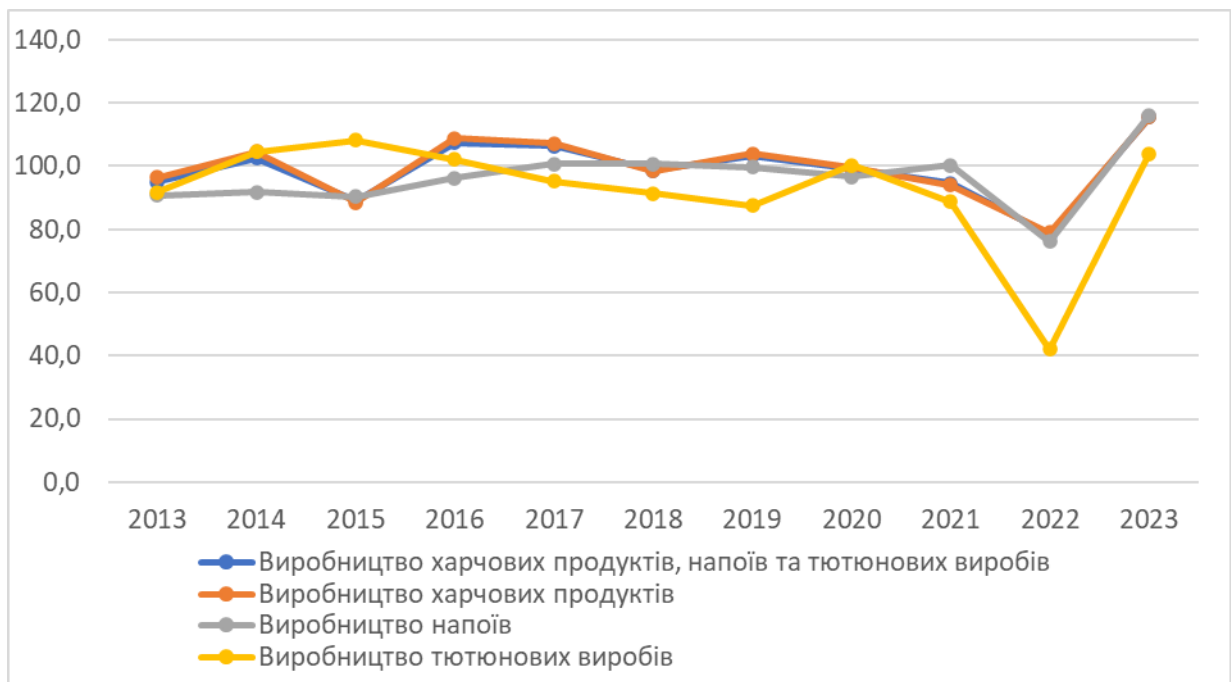


Рис.2.10. Індекс виробництва продовольчих товарів в Україні.

\* Розраховано на основі [4]

Аналізуючи індекси виробництва продовольчих товарів, слід звернути увагу на скорочення у 2022 році виробництва тютюнових виробів більше ніж на половину рівня 2021 року.

За даними Головного управління статистики у Львівській області, підприємства харчо-переробної промисловості формують 8,8% від загального обсягу реалізованої продукції даної галузі, та 4,3% обсягу реалізації вироблених продуктів харчування. У 2021 році на підприємства регіону припадало 66,3% усього обсягу виробництва мінеральної негазованої води та 54,7% - мінеральної газованої води, 12,8% – м'яса та м'ясних продуктів, 5,0% - хліба та хлібобулочних виробів, 10,1% – молока та молочних продуктів.

Таблиця 2.3.

**Аналіз динаміки виробництва продуктів харчування у Львівській області\***

Види продукції	2019 р	2020 р	2021 р	2021 р. у % до 2019 р
М'ясо та птиця свіжі та заморожені, т	117117,8	99550,5	129379,5	110,5
М'ясо копчене, солоне, ковбасні вироби та м'ясні консерви, т	8669,5	9474,5	9221,1	106,4
Риба, морепродукти харчові та рибні консерви, т	102,1	0	0	0,0
Масло вершкове, т	2369	2976,4	2074,9	87,6
Олії рослинні, т	14484,4	6627,7	6674,4	46,1
Сир сичужний, плавлений та кисломолочний, т	1552,8	*	*	*
Молоко та молокопродукти, т	63499,1	*	*	*
Кава смажена з кофеїном	4920,3	*	*	*
Вироби борошняні кондитерські, т	7674,7	6801,9	7558,3	98,5
Води натуральні мінеральні газовані	35468,1	35158,5	36412,5	102,7

\* Розраховано на основі [4]

Нажаль дані про регіональне виробництво продовольчих товарів після лютого 2022 року немає. Однак, ми можемо припустити, що загалом 2022 рік характеризувався спадом виробництва, аналогічно до загальнонаціональних тенденцій, а у 2023 році обсяги виробництва зросли з урахуванням релокованих підприємств.

Загалом протягом останніх років локальне виробництво продовольчих товарів характеризувалось такими тенденціями:

- нарощування виробництва м'яса та м'ясних продуктів, а саме свинини замороженої та ковбасних виробів;
- збільшення виробництва мінеральних вод (газованих та негазованих);
- зменшення виробництва рафінованої та нерафінованої соняшникової олії;
- скорочення обсягів виробництва молокопереробної промисловості, а саме свіжого неферментованого сиру, вершкового масла, йогурту, кефіру, сметани, молока;
- стабільно високі обсяги виробництва хліба та при сталій динаміці розвитку хлібопекарського бізнесу;
- зниження виробництва кондитерських виробів, печива, вафель, здобних виробів;
- скорочення виробництва борошна, круп, макаронних виробів, цукру, кави, соусів тощо.

Основні виробничі потужності харчопереробної промисловості Львівської області зосереджені в обласному центрі місті Львів. Тут зосереджені лідер хлібопекарської галузі ПАТ «Концерн Хлібпром», який виробляє більше 500 найменувань хліба, здобних, кондитерських виробів та хлібобулочних напівфабрикатів, виробник булочних та кондитерських виробів – ТЗОВ «Галицька Здоба», кондитерські фабрики «Світоч Nestle» та ТОВ «Ярич». Молочну галузь Львівщини представляють завод «Львівський молочний комбінат» ПП «Консалтингова фірма "Прометей», який знаходиться у м.Львів та ПрАТ «Молочна компанія «Галичина» (м.Радехів Шептицького району), які виробляють молоко, сметану, кефір, йогурти, а також ТЗОВ «Молокозавод «Самбірський» (м.Самбір Самбірського району), ТДВ «Жидачівський сирзавод» (м.Жидачів, Стрийського району), які виробляють вершкове масло, вершки, сири тверді та іншу молочну продукцію. Серед виробників м'яса та м'ясних виробів відмітимо ТЗОВ «Барком», який на

засадах закритого циклу займається вирощуванням свиней та ВРХ, виробництвом ковбас та інших м'ясних виробів, а також їх реалізацією в мережі фірмових магазинів. Олієжировий сектор продовольчого виробництва Львівщини сконцентрований у ПАТ «Львівський жирокOMBінат» та ПП «Оліяр» (с.Ставчани, Львівський район), які виробляють для регіонального продовольчого ринку маргарину продукцію, майонез та рослинну олію відповідно. Окрім того, в області функціонує ВАТ «Радехівський цукровий завод», національний лідер виробництва цукру, Львівська кавова фабрика «Галка», виробник морозива ПАТ «Львівський холодокомбінат», виробник соків та фруктових концентратів ТЗОВ «Т.В. Fruit».

Що стосується локального виробництва напоїв, то регіональний ринок наповнюється завдяки ПрАТ «Моршинському заводу мінеральних вод «Оскар», ТЗОВ "Карпатські мінеральні води" та ПП ТЗОВ «АКВА-ЕКО», які виробляють газовану та негазовану мінеральну воду торгової марки «Моршинська» та «Трускавецька», ВАТ «Львівська пивоварня» та ТЗОВ «Перша приватна броварня», які виробляють пиво та квас, а також виробника алкогольних напоїв ПрАТ «Львівський лікєро-горілчаний завод» та ТЗОВ «НВП "ГЕТЬМАН».

Оцінюючи локальне виробництво як складову ринкової пропозиції, зазначимо, що серед рівень конкуренції між виробниками має ознаки олігополії, тобто характеризується домінуванням великих підприємств майже у всіх секторах продовольчого ринку. Попри те, в регіоні є багато дрібних виробників, які складають конкуренцію великим підприємствам, виробляючи незначні обсяги харчової продукції. Вплив дрібних виробників на пропозицію продовольчих товарів промислового виробництва є мінімальним. Зазвичай вони поступаються за витратами виробництва, впізнаваністю продукції серед споживачів, контролем якості та безпечності продуктів.

Ще одним вектором формування товарної пропозиції на ринку продовольчих товарів є сільськогосподарське виробництво. Зазначимо, що не

вся продукція сільського господарства може бути товаром на споживчому ринку. Сільськогосподарська продукція набуває товарної форми у випадку її реалізації у первинному, натуральному вигляді, не проходячи при тому стадії переробки (овочі, фрукти, харчові коренеплоди, цільне молоко, свіже м'ясо, яйця, горіхи, мед тощо). Проте розвиток аграрного виробництва як сировинний чинник впливає також на тенденції розвитку харчопереробного бізнесу. Певною мірою, розвиток аграрного виробництва визначає стабільність і доступність продовольчих товарів для споживачів. Собівартість виробництва сільськогосподарської продукції є вихідним пунктом формування ланцюга вартості продовольчих товарів, а отже і формування цінової пропозиції.

Львівська область характеризується середнім рівнем розвитку сільського господарства та аграрного бізнесу. В регіоні виробляється 4,3% усього національного обсягу валової продукції сільського господарства у порівняльних цінах, 3,9% - виробництва продукції рослинництва, та 6,0% національного виробництва продукції тваринництва. За часткою в загальному обсязі виробленої аграрної продукції Львівщина посідає 11 місце серед областей України, за часткою виробленої продукції рослинництва – 14 місце, а за часткою у виробництві продукції тваринництва – 6 місце.

Специфікою продукції сільського господарства як об'єкта продажу на продовольчому ринку є сезонність її виробництва та пропозиції. Особливо це стосується товарів рослинного походження, виробництво яких тісно переплетене з біологічними процесами росту та дозрівання рослин та залежить від природо-кліматичних умов. Природо-кліматичні умови Львівщини не дуже сприяють вирощуванню цілої плеяди сільськогосподарських культур, що вимагає від аграріїв додаткових зусиль та затрат. Природно, що овочі вирощені на Львівщині будуть дорожчими за привезені з південних областей, навіть з урахуванням логістичних витрат.

Загалом, тенденції розвитку аграрного виробництва Львівської області, не збігаються із загальноукраїнськими тенденціями. З рис.2.3. видно, що тренди зміни обсягів виробництва продукції рослинництва в Україні загалом повністю збігаються із трендами зміни обсягів виробництва усієї продукції сільського господарства. На фоні зростання обсягів виробництва продукції у 2021 році, в наступному році через причини зумовлені військовою агресією як сільське господарство загалом так і рослинництво та тваринництво майже на чверть зменшили валове виробництво продукції. Проте 2023 рік характеризувався нарощуванням обсягів виробництва, незважаючи на втрату земель, трудових та виробничих ресурсів.

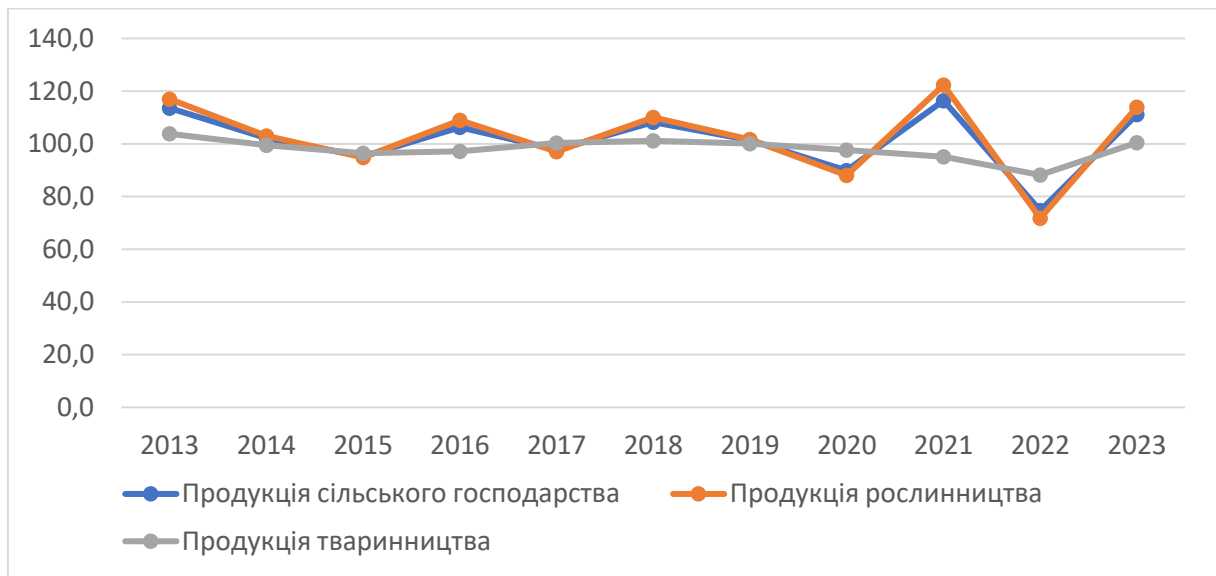


Рис.2.11. Індекс виробництва сільськогосподарської продукції в Україні.

\* Розраховано на основі [4]

На відміну від загальної ситуації по країні, для сільського господарства Львівщини 2022 рік не характеризувався спадом виробництва. Досліджуваний регіон належить до порівняно спокійного району, виробничі потужності аграрного бізнесу майже не постраждали від воєнних дій. Таким чином, аграріям Львівщини у стресовому 2022 році вдалось зберегти темпи виробництва продукції аналогічні високоврожайному попередньому року. Така ж позитивна тенденція спостерігалась і у 2023 році.



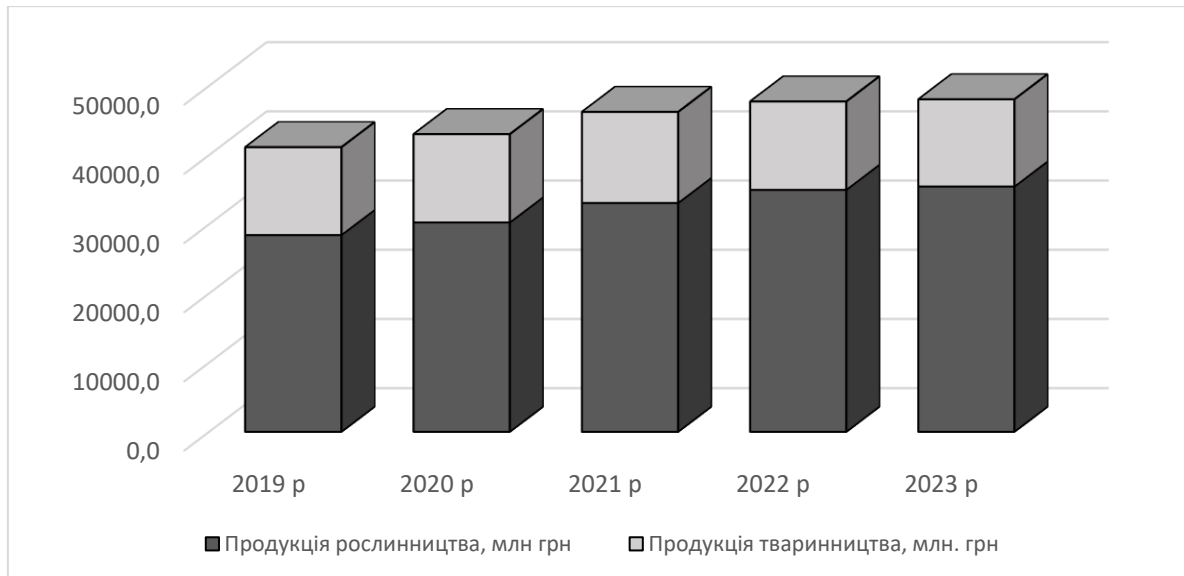


Рис.2.12. Валова продукція сільського господарства Львівської області у порівняльних цінах 2021 року

\* Розраховано на основі [12]

Незважаючи на те, що Львівщина займає шосте місце за виробництвом тваринницької продукції в Україні, основу валового виробництва, а саме 70-75% складає продукція рослинництва. Це зазвичай експорто-орієнтована продукція зерновиробництва, ріпаківництва та соняшникарства, яка не впливає на формування пропозиції на ринку продовольчих товарів.

Традиційно для Львівщини, серед виробників сільськогосподарської продукції вагоме місце посідають дрібні господарства населення, які виробляють близько половини валової продукції. Особливо вагомою є частка продукції вироблена в господарствах населення за такими видами як: молоко, яловичина, свинина, картопля, овочі, тобто продукції орієнтованої на кінцевого споживача.

Аналізуючи динаміку обсягів виробництва сільськогосподарської продукції на локальному регіональному рівні протягом 2019-2023 років, зазначимо, що серед рослинницької продукції найкращими темпами зростання характеризувалось виробництво цукрового буряку (+56,4%) та соняшнику (+42,2%). Фізичний обсяг виробництва усіх видів споживчо-орієнтованої

сільськогосподарської продукції, окрім овочів закритого ґрунту мав позитивну динаміку до зростання.

Таблиця 2.4.

**Аналіз динаміки виробництва продукції рослинництва у Львівській області, тис.т\***

Види сільськогосподарських культур	2019 р	2020 р	2021 р	2022 р	2023 р	2023 р у% до 2019 р
Культури зернові та зернобобові	16437,3	16074,2	18278,6	19045,5	17713	107,8
Культури олійні	4184,2	4872,5	5430,2	5754,4	6661,7	159,2
Соя	1596,9	2289,7	2637,9	2898,6	3701,1	231,8
Ріпак озимий та кольза (ріпак ярий)	1845,3	1721,2	1773,6	1766,8	1924,1	104,3
Соняшник	726,5	847,9	1017,2	1088,3	1033	142,2
Буряк цукровий фабричний	6189,8	7230,9	8484,7	11092,1	9679,1	156,4
Картопля	15728,4	16011,3	16813,6	18309,5	18266,8	116,1
Культури овочеві відкритого ґрунту	7019,4	7994,6	8217,3	8407,5	8523	121,4
Культури овочеві закритого ґрунту	71,8	72,2	74,6	67	67,4	93,9
Культури зерняткові	907,7	1041,8	932,7	1031,3	1066,3	117,5
Культури плодові та ягідні	1226,2	1405,3	1309,3	1424	1464,7	119,5

\* Розраховано на основі [4]

Що стосується обсягів виробництва тваринницької продукції, то у 2023 році фізичний обсяг виробництва молока зменшився майже на третину. Основною причиною падіння виробництва молока є скорочення поголів'я молочного стада у господарствах населення, фермерських господарствах та малих підприємствах під впливом здорожчання кормів, преміксів, засобів захисту корів, а також низьких закупівельних цін.

Аналогічно на третину зменшився порівняно із 2019 роком обсяг реалізованої на забій яловичини, хоча загальний обсяг реалізованого на забій м'яса зріс на 16,8%. Нарощування забійної ваги реалізованого м'яса відбулось за рахунок позитивної динаміки обсягів виробництва свинини та птиці, тобто тих видів м'яса, які динамічно продаються та користуються підвищеним споживчим попитом.

Таблиця 2.5.

**Аналіз динаміки виробництва продукції тваринництва у Львівській області, тис.т\***

Показники	2019 р	2020 р	2021 р	2022 р	2023 р	2023 р у% до 2019 р
Обсяг виробництва молока	480,9	460,1	425,3	387,5	322,9	67,1
Обсяг виробництва меду	1015	1013	1025	1029	1035	102,0
Виробництво яєць, млн шт	581,1	579,2	598,8	602	617,5	106,3
Забійна маса сільськогосподарських тварин, реалізованих на забій, всього	130	129,1	147,3	147,2	151,8	116,8
В.т.ч. коні	0,9	0,9	1,1	1,6	1,5	166,7
ВРХ	24,9	24,4	21,6	17,4	16,6	66,7
Свині	47,8	38,3	47,2	53	56,6	118,4
Птиця свійська	55,3	64,5	76,3	74,2	76,2	137,8
Вівці та кози	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	100,0

\* Розраховано на основі [4]

Оцінюючи пропозицію на регіональному ринку продовольчих товарів не можна оминати увагою розмір товарної маси продуктів харчування, напоїв та тютюнових виробів, які вироблені поза межами регіону та завезені для продажу через мережу торгівельних операторів.

Значну частину продовольчих товарів на регіональному ринку постачають для продажу з інших регіонів України. Сучасна логістика та транспортна інфраструктура дозволяють швидко та вчасно доставляти необхідні товари з різних куточків країни. Нажаль офіційної статистичної інформації про міжрегіональні переміщення продовольчих товарів немає.

Поруч із внутрішнім завезенням ринок продовольчих товарів поповнюється зовнішнім імпортом. Особливо це актуально для Львівщини, як прикордонного регіону, коли постачати товари з Польщі дешевше і швидше, ніж з інших регіонів України.

Імпортно-експортне сальдо – це різниця між завезеними в регіон продовольчими товарами іноземного виробництва та вивезеними за його межі вітчизняних товарів. Цей показник по суті показує яка частина імпорту

покриває експортований товар та залишається для продажу в межах локального ринку.

Таблиця 2.6.

**Динаміка імпортно-експортного сальдо продовольчих товарів  
Львівської області**

Види продовольчих товарів	2019	2020	2021	2022	2023	2023 р до 2019 (+,-)
М'ясо та харчові м'ясні продукти, тис. т	39,9	37,1	44,0	36,8	12,8	-27,1
Риба і ракоподібні, тис.т	21,0	20,2	25,9	28,6	29,3	8,3
Молоко та молочні продукти, т	1214,0	8429,5	11817,2	8043,4	2168,3	954,3
Масло вершкове, т	-96,7	369,2	-123,5	-1592,0	-120,6	-23,9
Сири, т	1917,5	8477,6	6940,2	6136,7	3694,2	1776,7
Борошно пшеничне або пшенично-житнє, т	-35,8	134,2	128,8	-1547,5	-4611,9	-4576,1
Крупи зернових, т	5,4	12,4	6,4	28,2	8,5	3,1
Олія соняшникова, тис. т	-187,4	-146,3	-135,7	-183,8	-345,8	-158,4
Вироби і консерви м'ясні, т	691,1	1430,3	1262,2	2293,1	651,5	-39,6
Вироби і консерви рибні, т	763,7	1766,6	1764,9	2474,1	1901,8	1138,1
Цукор, тис. т	-94,9	-35,1	0,5	-63,7	-130,9	-36,0
Кондитерські вироби з цукру, т	458,9	955,8	1712,6	1824,9	1747,8	1288,9
Какао, тис. т	3,8	4,1	3,6	2,8	2,1	-1,7
Шоколад та продукти, що містять какао, т	-505,5	1067,9	3358,4	3005,8	2155,4	2660,9
Хлібобулочні та кондитерські вироби з борошна, т	-8183,7	-9515,4	-10207,1	-6738,4	-8631,0	-447,3
Напої безалкогольні, включаючи мінеральні води, тис. л	-6674,7	-5966,2	-7895,8	-5764,6	-9996,7	-3322,0
Пиво солодове, тис. л	-521,1	-577,9	-824,6	158,0	67,6	588,7
Горілка, лікери та інші алкогольні напої, т	-4872,7	-3610,6	-3005,7	-1020,6	-3242,2	1630,5
Тютюнова сировина, тютюн та замінники тютюну, тис. т	10,2	6,7	5,9	3,8	5,8	-4,4

\* Розраховано на основі [9]

Як бачимо з таблиці 2.6. на територію Львівського регіону завозиться з-за кордону переважно м'ясо та харчові м'ясні продукти, риба та ракоподібні товари, молочна продукція, сири, м'ясні та рибні консерви, шоколад та

кондитерські вироби. Натомість експорт масла, соняшникової олії, цукру, кондитерських виробів та напоїв (алкогольних та безалкогольних) зменшує пропозицію на регіональному продовольчому ринку.

Обсяги виробництва та постачання продовольчих товарів, характеризують наповненість та насиченість ринку, тобто товарну пропозицію. Проте, оцінюючи ринкову кон'юнктуру, слід враховувати також цінову пропозицію. Цінова пропозиція це ціна конкретного виду продовольчих товарів, яка задовільняє економічні інтереси виробника та продавця, виходячи із його витрат та бажаної рентабельності.

Таблиця 2.7.

**Аналіз темпів зростання цін промислових виробників на продовольчі товари\***

Види економічної діяльності	Індекс цін виробників на продовольчі товари, %					Середній темп зростання, %
	2019 р	2020 р	2021 р	2022 р	2023 р	
Виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	104,0	109,2	125,3	119	115,6	114,4
Виробництво м'яса та м'ясних продуктів	103,9	100,1	112,5	122,3	123	112,0
Виробництво молочних продуктів	110,6	107,4	112,3	125,5	114,1	113,8
Виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів	112,2	105,7	117,2	128,1	115	115,4
Виробництво цукру	96,1	113,3	158,9	126,8	124,3	122,2
Виробництво напоїв	112,7	103,6	106,9	124,0	121,5	113,5

\* Розраховано на основі [4]

Протягом останніх років ціни виробників продовольчих товарів як промислового так і аграрного походження невинно зростали. Про те свідчать дані таблиць 2.7 та 2.8. Найбільше зросли ціни на цукор, хліб та хлібобулочні вироби, а найменше – ціни на сільськогосподарську рослинницьку продукцію (овочі, фрукти, ягоди). Певною мірою зростання цін виробників було зумовлене інфляційними процесами та знеціненням національної валюти.

Темпи зростання цін були нижчими за темп інфляції, а отже ціни зросли лише номінально.

Таблиця 2.8.

**Аналіз темпів зростання цін реалізації сільськогосподарської продукції\***

Види продукції	Індекс цін реалізації сільськогосподарської продукції, %					Середній темп зростання, %
	2019 р	2020 р	2021 р	2022 р	2023 р	
Продукція сільського господарства	92,4	119,2	136,0	101,2	92,4	107,0
Продукція тваринництва	96,8	103,0	120,0	116,2	116,2	110,1
Продукція рослинництва	91,2	122,9	138,0	98,1	87,0	105,7

\* Розраховано на основі [4]

**2.3. Оцінка попиту на регіональному ринку продовольчих товарів**

Сучасні тенденції розвитку економіки загалом та її торгівельного сегменту зокрема, передбачають покупцєцентричний підхід, за яким основою для формування ємкості ринку та його товарно-асортиментної структури є задоволення споживчих запитів кінцевих споживачів. Тобто основою формування товарної маси регіонального продовольчого ринку має бути не виробничий потенціал регіону (обсяг продукції яка може бути вироблена та представлена для продажу), а його споживчий потенціал (обсяг товарної маси, яка може бути куплена локальними споживачами).

Попит як складова ринкової кон'юнктури характеризує той обсяг товару з певними споживчими характеристиками, який може бути куплений за певною ціною протягом конкретного періоду.

Як зазначає, Н.М. Попадинець, попит на регіональному ринку продовольчих товарів відображає виражену в грошовій формі просторову форму диференційованих продовольчих потреб місцевого населення. [31, с.18].

А.В. Катана розглядає попит на споживчому ринку як обумовлену фізіологічними та соціокультурними особливостями та обмежену

економічними можливостями, сукупність товарів, необхідних задля забезпечення життєдіяльності та розвитку людини [20, с.129].

Трактування попиту на продовольчі товари серед провідних економістів змінювалось під впливом трансформації людини, суспільства та ринкових відносин. Якщо на початку ХХ століття попит трактувався як обсяг продовольчих товарів, який може бути проданий, в середині ХХ століття тлумачення попиту доповнили ціновими умовами, за якими споживачі готові придбати продукти, в кінці ХХ століття додали просторове та часове обмеження попиту, то сьогодні більшість сучасних економістів схиляються до думки, що попит на продовольчі товари – це такий їх обсяг, який може бути куплений за певних цінових умов в певний період часу на конкретному ринку.

Тобто, попит на регіональному ринку продовольчих товарів – це обмежена часовими та просторовими рамками сукупність споживчих продовольчих потреб, розмір і структура яких корелює з фінансовими можливостями покупців. Власне обмеження споживчих потреб фінансовими, грошовими можливостями перетворює їх на платоспроможний попит, тобто ту частину потреб, яку споживач може задовільнити виходячи із своїх можливостей.

Основною метою попиту на регіональному ринку продовольчих товарів є задоволення споживчих запитів місцевого населення в продуктах харчування, напоях та тютюнових виробках. Серед чинників формування споживчого попиту слід виділити кількісну компоненту та якісну компоненту. Кількісна компонента споживчого попиту – це чисельність населення, його структура та динаміка руху, а якісна – це обсяги споживання конкретних видів продовольчих товарів, рівень сукупного доходу населення.

На регіональному ринку продовольчих товарів формується регіональний (локальний) платоспроможний попит на продовольчі товари, на який впливають окрім загальнонаціональних факторів ще й специфічні регіональні особливості. А саме, загальний рівень розвитку регіону, його галузева

спеціалізація, чисельність та склад населення, рівень доходів та умови життя населення, регіональні особливості побуту та харчування тощо [20, с. 132].

Для оцінки попиту на регіональному ринку продовольчих товарів важливе значення має факторний та трендовий аналіз споживання основних продуктів харчування. Динамічний аналіз обсягів споживання продуктів харчування як на національному так і на регіональному рівнях дозволяє встановити ключові тенденції та закономірності споживчого попиту. Поруч з тим, факторний аналіз споживання, ідентифікація та оцінка основних чинників впливу на споживання продуктів харчування, є дієвим інструментом створення прогностичних моделей попиту на продовольство.

Як видно з таблиці 2.9. річний обсяг споживання продуктів харчування з розрахунку на одну особу протягом 2017-2021 років в Україні по всіх основних видах продовольчих товарів, крім хліба, яєць, картоплі та цукру, збільшився. Найбільші темпи зафіксовано щодо середньодушового споживання риби та рибопродуктів, яке збільшилось на 22,2%. Попри те, рівень споживання в Україні риби залишається надто низьким. Зазначимо, що на регіональному рівні незважаючи на зростання споживання риби майже на третину, значення цього показника нижче загальноукраїнського рівня.

Загалом, регіональний споживчий ринок Львівської області характеризуються динамічнішими тенденціями рівня споживання продуктів харчування, ніж загальнонаціональний продовольчий ринок. Це проявляється у вищих темпах зростання споживання на одну особу в рік яєць (103,3%), риби (30,1%), плодів та ягід (134,8%), молока (103,6%), олії (122,0%), цукру (106,5%) та овочів (118,7%). Майже по всіх товарних групах, крім риби та рибних продуктів, а також м'яса та м'ясопродуктів середньоособовий рівень споживання у Львівській області перевищував аналогічний показник загалом по Україні. За споживанням хліба та яєць регіональний показник майже повторює значення загальнонаціонального.



Таблиця 2.9.

**Споживання продуктів харчування на одну особу в рік, кг\***

Вид продукції	2017 р	2018 р	2019 р	2020 р	2021 р	2021 р у % до 2017 р
<b>Україна</b>						
Хлібні продукти	100,8	99,5	97,6	96,6	92,7	92,0
Яйця	273	275	282	278	272	99,6
Риба та рибні продукти	10,8	11,8	12,5	12,4	13,2	122,2
Плоди та ягоди	52,8	57,8	58,7	56,5	59	111,7
М'ясо та м'ясні продукти	51,7	52,8	53,6	53,8	53	102,5
Молоко та молочні продукти	200	197,7	200,5	201,9	201,5	100,8
Олія	11,7	11,9	12	12,3	13,6	116,2
Картопля	143,4	139,4	135,7	134	132,4	92,3
Цукор	30,4	29,8	28,8	27,8	28,5	93,8
Овочі та баштанні культури	159,7	163,9	164,7	164	165,9	103,9
<b>Львівська область</b>						
Хлібні продукти	97,3	92,7	93,6	93,6	92,4	95,0
Яйця	271	275	290	278	280	103,3
Риба та рибні продукти	8,3	8,9	9,4	9,6	10,8	130,1
Плоди та ягоди	48,8	54,7	58,5	58,5	65,8	134,8
М'ясо та м'ясні продукти	50,7	50,4	52,1	53,1	51,7	102,0
Молоко та молочні продукти	214,4	205,3	215,3	225,9	222,1	103,6
Олія	12,3	12,5	12,8	13,6	15	122,0
Картопля	183,9	180,2	178,4	180,1	179,1	97,4
Цукор	29,4	30,5	30,4	29,2	31,3	106,5
Овочі та баштанні культури	155,1	164,5	171,2	182,8	184,1	118,7

\* Розраховано на основі [4]

Таким чином, ми спостерігаємо зміну споживчих запитів на регіональному ринку продовольчих товарів, в бік балансування раціону харчування, зменшення споживання хліба та картоплі з одночасним зростанням споживання риби, плодів та ягід, олії та овочів.

Структура споживання продуктів харчування, а отже і секторальна структура споживчого попиту значно коливається в залежності від рівня доходів населення. Так, із зростанням доходів населення, зменшується розмір споживання хліба, картоплі, сала та тваринних жирів, натомість зростає обсяг споживання м'яса, риби, олії, овочів та фруктів.

Загалом, оцінку структури споживчого попиту на регіональному ринку продовольчих товарів найкраще демонструє структура витрат домогосподарств (сімей) на харчування в залежності від середньодушового еквівалентного рівня грошових доходів.

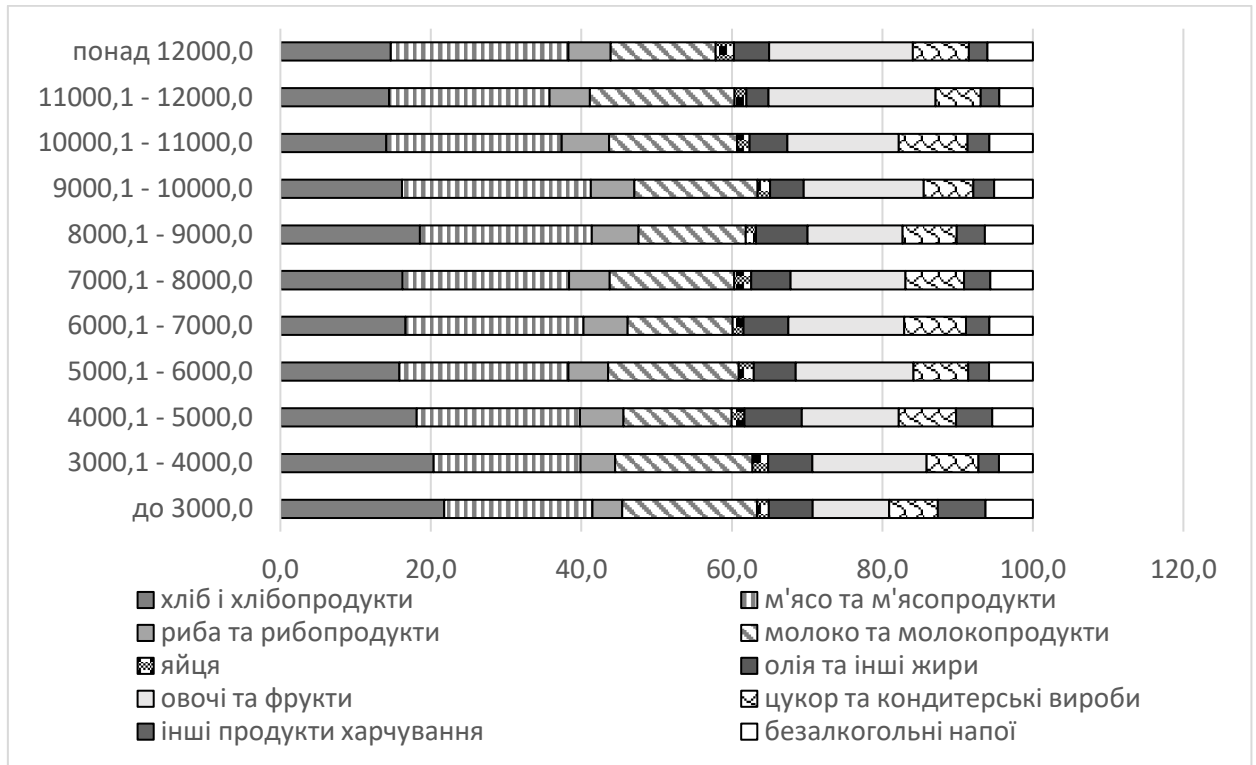


Рис. 2.14 Розподіл витрат на продукти харчування в домогосподарствах Львівської області залежно від середньодушового грошового доходу  
\* Розраховано на основі [12]

Як бачимо, із зростанням рівня доходів змінюються харчові вподобання населення Львівщини. А саме, з першої групи з найменшим доходом до останньої з найвищим доходом зменшується питома вага витрат на хліб та хлібобулочні вироби на 7,1 відсоткових пунктів, на молочні продукти на 3,9 відсоткових пунктів та на бакалійні продукти на 3,9 в.п.. Натомість зростає на 8,9 в.п. питома вага витрат на овочі та фрукти, на 3,9 в.п. – витрат на м'ясо та м'ясопродукти, на 1,7 в.п. – витрат на рибу та рибопродукти.

Загалом основу витрат на продукти харчування середньостатистичної сім'ї Львівського регіону складають витрати на м'ясні товари (22,8%), хліб (16,3%), молоко та кисломолочні продукти (16,1%) та овочі та фрукти (15,7%).

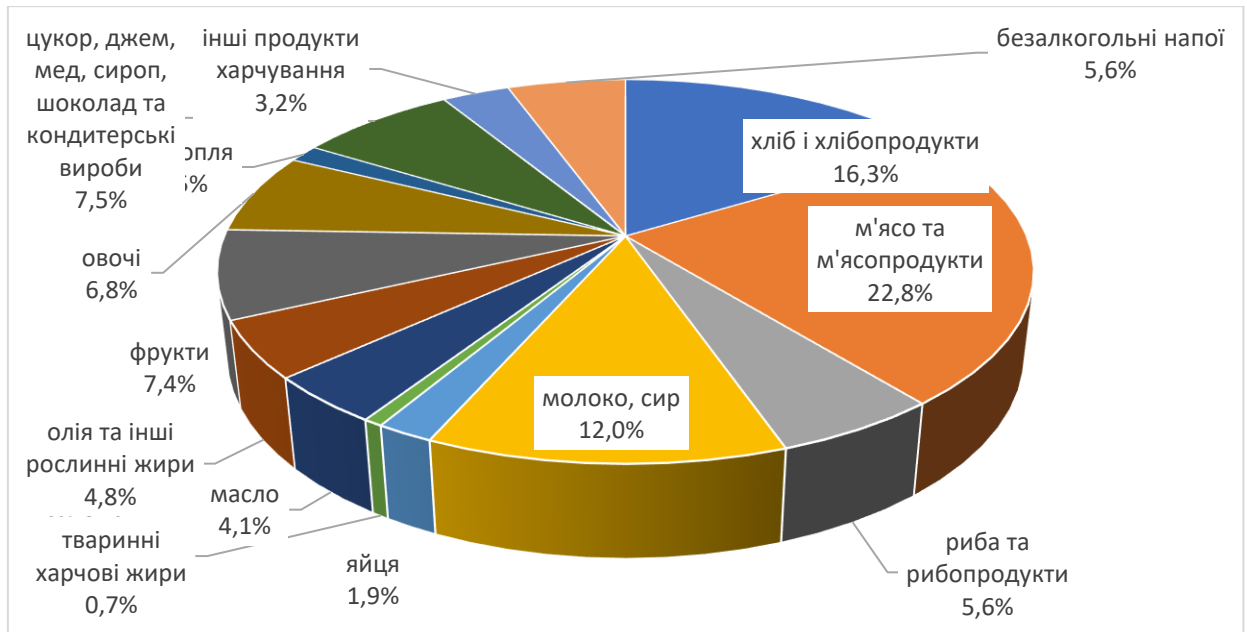


Рис. 2.15 Структура витрат на продукти харчування домогосподарств Львівської області.

\* Розраховано на основі [9]

Окрім рівня грошових доходів, чинником диференціації споживчих запитів населення є культура харчування чи харчові звички, які суттєво різняться в сільських та міських громадах. Так, жителі сіл зазвичай харчуються простою їжею, вживають багато продуктів з власного присадибного господарства, купують здебільшого хліб, цукор, олію, крупи, окремі види м'ясних та рибних продуктів. Харчування міських жителів є більш різноманітне. Тут переважають різні види овочів, фруктів (навіть в несезонний період), молочна та м'ясна продукція, риба та морепродукти.

Оцінюючи попит на регіональному ринку продовольчих товарів Львівської області зазначимо, що більше двох третин ринку зосереджено у м.Львів. Тут зосереджені майже вся оптова торгівельна інфраструктура, великі мережеві гіпермаркети та супермаркети, продовольчі ринки та магазини. Ринок продовольчих товарів Львова є насиченим та різноманітним. Жителі міста відрізняються вищими порівняно із жителями області доходами, тому тут є більшим розмір споживчого кошика та різноманітнішою його структура.

Що стосується решти частини регіонального споживчого ринку, то він концентрується навколо районних центрів та великих міст, таких як м.Стрий, м.Шептицький, м.Дрогобич, м.Самбір. Майже в кожному з цих міст є великий продовольчий ринок, який пропонує широкий асортимент локальної продукції, а також розвинена мережа спеціалізованих та неспеціалізованих підприємств роздрібною торгівлі, що задовільняє повсякденні споживчі запити.

Окремо слід сказати про агломерацію курортних містечок Трускавець, Моршин та Східниця, де споживчий попит спирається на продовольчі запити відпочивальників щодо здорового харчування.

Таблиця 2.10

**Середньомісячне споживання продуктів харчування з розрахунку на одну особу у Львівській області, кг\***

Види продовольчих товарів	Загалом	у тому числі			
		у міській місцевості		у сільській місцевості	
		обсяг споживання	у % до загального	обсяг споживання	у % до загального
Хліб і хлібні продукти	7,7	7,9	102,6	7,4	96,1
М'ясо і м'ясопродукти	4,8	5,4	112,5	3,8	79,2
Молоко і молокопродукти	23,2	25,3	109,1	20,0	86,2
Риба і рибопродукти	1,2	1,3	108,3	1,0	83,3
Яйця, штук	19	21	110,5	16	84,2
Цукор	2,4	2,4	100,0	2,3	95,8
Олія та інші рослинні жири	1,7	1,7	100,0	1,6	94,1
Картопля	7,9	7,0	88,6	9,3	117,7
Овочі і баштанні	9,0	9,5	105,6	8,2	91,1
Фрукти та ягоди	5,7	7,1	124,6	3,5	61,4

\* Розраховано на основі [9]

Основу споживчого попиту на продукти харчування в сільській місцевості складають хліб та хлібобулочні вироби, товари бакалійної групи, бюджетні товари рибної та м'ясної групи, рослинні та тваринні жири тощо. Чим більша відстань від сільської громади до обласного центру чи великого міста, тим меншим попитом користуються товари преміум класу.

Попит на продукти харчування залежить також від структури сімей. Якщо на певній території переважають сім'ї з дітьми, то збільшуються попит на дитяче харчування, кондитерські вироби, овочі та фрукти, дієтичні види м'яса та риби тощо. На території де переважає студентська молодь та молоді сім'ї без дітей підвищеним попитом користуються готові страви, піца, продукти швидкого приготування тощо. Відмітимо також, що певною мірою попит на продовольчі товари залежить від гендерних, вікових та статусних характеристик особи, яка приймає рішення про покупку.

Таким чином, попит на регіональному ринку продовольчих товарів як ймовірний обсяг проданих товарів залежить від кількості населення та його розподілу за місцем проживання, рівнем доходу, структурою сімей.

Протягом останніх десяти років населення Львівщини зменшилось на 2,5% або 62,5 тис. осіб і станом на початок 2022 року складало 2,48 млн. осіб. Нажаль сьогодні немає інформації про чисельність населення регіону після початку війни. Хоча інтуїтивно ми розуміємо, що частина постійного населення Львівщини виїхала за кордон, що зменшує споживчий попит. Проте населення регіону поповнилось внутрішньо переміщеними особами, які переїхали з окупованих та небезпечних регіонів, що певною мірою зрівноважує міграційних рух та стабілізує обсяг споживчого попиту.



Рис.2.16. Динаміка чисельності населення Львівської області.

\* Розраховано на основі [9]

Майже третину населення Львівської області (28,9%) складають жителі обласного центру, ще третина (32,2%) проживає в інших містах області, а решта (38,8%) – це жителі сільської місцевості. Зазначимо, що протягом 2013-2022 років розподіл населення за місцем проживання майже не змінився.

Територіальний розподіл населення показав, що 46,0% населення Львівщини проживає у Львівському районі, в тому числі 28,9% - проживає у обласному центрі. Львівський район також є найбільший за чисельністю сільського населення. Найменше населення проживає у Золочівському районі (158,9 тис. осіб, з яких 58,1% складає сільське населення, а 41,9% - міське населення). Найбільш урбанізованим крім Львівського району є Дрогобицький район, а найменш урбанізованим – Самбірський район.

Розподіл населення за статтю у всіх районах Львівщини приблизно однаковий, а саме 48% складають чоловіки, 52% - жінки. Для оцінки попиту важливим є розуміння, що у Львівській області 20,0% домогосподарств складаються з однієї особи, 21,0% - з двох осіб, 23,4% - з трьох осіб, а 35,6% - з чотирьох і більше осіб.

Таблиця 2.11.

**Територіальний розподіл населення Львівської області за місцем проживання та статтю, станом на початок 2022 року, тис.осіб**

Львівська область	Загалом		в тому числі:			
	тис.осіб	%	міське	сільське	чоловіки	жінки
м.Львів	717,3	28,9	717,3	-	336,0	381,3
Дрогобицький район	232,9	9,4	163,5	69,4	109,3	123,6
Золочівський район	158,9	6,4	66,6	92,3	75,7	83,2
Львівський район	423,83	17,1	140,8	283,1	198,5	225,3
Самбірський район	221,9	9,0	71,0	150,9	107,6	114,3
Стрийський район	319,7	12,9	151,5	168,1	152,5	167,2
Шептицький район	226,1	9,1	130,5	95,6	107,0	119,1
Яворівський район	177,7	7,2	75,1	102,6	87,1	90,6
Загалом	2478,3	100	1516,3	962	1173,7	1304,6

\* Розраховано на основі [9]

Розуміння попиту на регіональному ринку продовольчих товарів як обмеженої грошовими доходами потреби в продуктах харчування, передбачає здійснення при його оцінці аналізу доходів населення Львівської області.

За офіційними даними Головного управління статистики у Львівській області, основним джерелом доходів населення регіону є заробітна плата. Частка оплати праці в структурі сукупних доходів складає 71,6%. 16,2% доходів сформовано за рахунок виплати державної допомоги (пенсії, субсидій, стипендій тощо). Лише 5,5% доходів населення Львівщини – це дохід від підприємницької діяльності та самозайнятості.

Чим вищий дохід домогосподарств, тим вищою є частка заробітної плати та підприємницького доходу серед джерел формування сукупного доходу.

Таблиця 2.12

**Аналіз динаміки середньомісячної заробітної плати працівників у Львівській області\***

Роки	Середньомісячна заробітна плата, грн	Індекс номінальної заробітної плати, %		Індекс реальної заробітної плати, %	
		ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний
2015	3646	-	-	-	-
2016	4559	125,0	125,0	110,3	110,3
2017	6391	140,2	175,2	123,6	136,3
2018	8001	125,2	219,3	112,7	153,6
2019	9271	115,9	254,2	107,5	165,1
2020	10299	111,1	282,4	107,7	177,8
2021	12530	121,7	343,7	111,6	198,4

\* Розраховано на основі [9]

Як видно з таблиці 2.12. протягом останніх років розмір середньомісячної заробітної плати працівників у Львівській області зріс в 3,4 рази. При тому, обсяг реальної заробітної плати зріс майже у два рази.

Аналізуючи оплату праці як основне джерело доходів населення зазначимо, що найвищий рівень заробітної плати зафіксовано в фінансовій сфері, сфері державного управління та оборони та сфері інформаційних технологій, а найнижчий – в соціальній сфері.

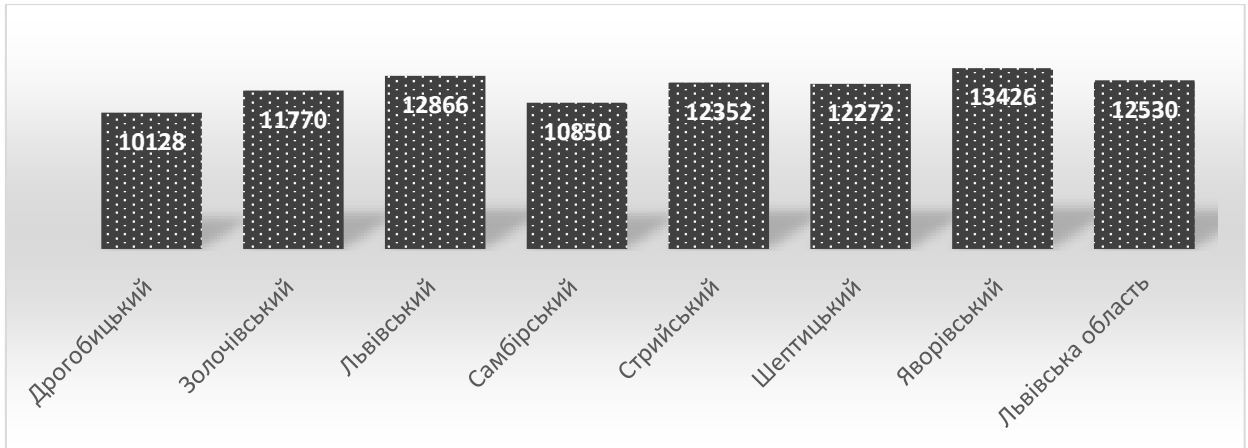


Рис.2.17. Аналіз заробітної плати працівників у районах Львівської області, 2021

\* Розраховано на основі [9]

В регіональному розрізі найвищий рівень заробітної плати працівників у 2021 році був зафіксований у Яворівському районі, а найнижчий – у Дрогобицькому районі.

Оцінюючи розмір та динаміку заробітної плати слід відмітити, що офіційна статистика не відображає реального рівня доходів населення. У багатьох випадках, населення працює не як найманий працівник, а як фізична особа підприємець з мінімальною ставкою оподаткування. Така ситуація дещо викривлює офіційні статистичні дані.

Загалом, оцінюючи попит на регіональному ринку продовольчих товарів, слід зазначити, що Львівська область як місце зосередження ринку характеризується незначним регресом природного приросту населення. Проте, на фоні подій 2022-2023 років тимчасове населення Львівщини збільшилось. Цей факт, поруч із зростанням реального розміру заробітної плати зумовлює збільшення сумарного розміру платоспроможного попиту на споживчому ринку. Поруч з тим, структурна зміна в складі населення вплинула на якість споживчого попиту, змінила вподобання споживачів щодо асортименту споживчого кошика, періоду та способу придбання продовольчих товарів.



## **Розділ 3. ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РЕГІОНАЛЬНОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ**

### **3.1. Оцінка світових тенденцій кон'юнктури споживчого ринку продовольчих товарів**

Прогнозуючи зміни кон'юнктури регіонального споживчого ринку загалом, та його продовольчої складової зокрема, необхідно враховувати тенденції світових ринків продовольчих товарів. Особливо це актуально в умовах глобалізації ринкових процесів та намагання вітчизняного продовольчого бізнесу закріпитись в системі відносин міжнародного ринкового простору.

Поруч з тим, посилення глобалізації, інтернаціоналізації, транснаціоналізації, а також інформатизації ринкових відносин вимагає швидкої адаптації регіонального ринку до глобальних викликів і змін зовнішнього оточення зумовлених впливом цих процесів. Таким чином, формування якісно нової структури світової економіки, розвиток інформаційного суспільства підвищують важливість врахування кон'юнктури світових ринків для прогнозування ринкової рівноваги й забезпечення сталого економічного розвитку.

За визначенням В.Л. Смесової, світовий ринок представляє собою систему стійких грошово-товарних відносин між країнами, що базуються на міжнародному поділі праці, спеціалізації та кооперації основних сфер економіки (виробництва та реалізації товарів і послуг) [36, с.68]. Через призму цього визначення світовий ринок продовольчих товарів – це сформована на ґрунті міжнародного поділу праці та міжнародної спеціалізації, сукупність грошово-товарних відносин між країнами чи їх резидентами, щодо взаємовигідного обміну продовольчими товарами. Світовий ринок продовольчих товарів формується на основі попиту й пропозиції, які виходять за рамки державних кордонів, а також світових цін та конкуренції.

Г.В. Солодковська зазначає, що однією з найстаріших форм міжнародної торгівлі є міжнародна торгівля продуктами харчування, яка з часом трансформувалась як структурно, так і змістовно. Кожна країна світу в тій чи іншій ролі (як експортер, імпортер або посередник) приймає участь в міждержавному обміні продовольчими товарами (продуктами харчування та напоями) [37, с.48].

Сучасний світовий ринок продовольчих товарів характеризується переліком специфічних особливостей, які притаманні продовольчому ринку загалом. Серед таких особливостей відмітимо особливу роль світового ринку продовольчих товарів у забезпеченні первинних фізіологічних потреб населення в продуктах харчування. Річ у тім, що в світі є багато регіонів, які не можуть забезпечити належний рівень харчування населення продуктами власного виробництва, через несприятливі природокліматичні умови або через дисбаланс між темпами зростання виробництва продовольчих товарів та природним приростом населення. Іншою, не менш важливою особливістю глобального продовольчого ринку є низька еластичність попиту на продукти харчування. Коливання цін має слабкий вплив на розмір продовольчого попиту, бо навіть за високих цін держава має забезпечити продовольчу безпеку, а особа має купити мінімальний споживчий кошик. Направленість продовольчих товарів на задоволення споживчих потреб поруч із обмеженим терміном їх використання формує певну фізіологічну обмеженість попиту на продовольчому ринку.

Оскільки виробництво продовольчих товарів є локалізованим в країнах з найкращими природокліматичними умовами, то завдяки міжнародному поділу праці, певні країни спеціалізуються на певних видах продовольчих товарів. Так, країни Латинської Америки є лідерами на ринку кави, країни Середземномор'я – на ринку цитрусових та оливкової олії, Україна – лідер світового виробництва зернових та олійних культур. Дисбаланс між попитом та пропозицією на світовому ринку продовольства формує високу

концентрацію продавців на ньому, а отже і високий рівень конкуренції між ними. Кожна держава намагається регулювати вплив світового ринку продовольства на власну економіку за допомогою зовнішніх договорів або внутрішнього регламентування [46, с.366-367].

Сьогодні найбільш динамічно зростає ринок продуктів харчування Азійсько-Тихоокеанського регіону. Це зумовлено, перш за все, швидкими темпами зростання населення, зростанням рівня доходів та формування стійкого середнього класу, а отже і зростанням витрат на харчування.

Власне споживчі запити на світовому ринку продовольства формуються на основі портретного опису глобального споживача як молодшої особи, віком до 30 років, мешканця міста чи містечка, переважно в регіонах Африки на південь від Сахари, Азійсько-Тихоокеанського регіону чи Латинської Америки. Саме ця демографічна група демонструє найвищі темпи зростання, забезпечуючи значний внесок у збільшення світового ринку продовольчих товарів за рахунок своєї зростаючої купівельної спроможності [37, с.48-49]

Оскільки світове виробництво продуктів харчування є дуже спеціалізоване, то товарна пропозиція на світовому продовольчому ринку перебуває під потужним натиском ймовірних форс-мажорних обставин, таких як стихійні лиха, збройні конфлікти, політичні та економічні кризи, пандемії тощо.

На світовому ринку продовольчих товарів у 2023 році 17% становили фрукти та овочі, 16% - зернові, 11% м'ясо та м'ясопродукти, 10% - риба та рибні продукти, 9% - олія та жири та 7% - молочні продукти. Незважаючи на зростання загального розміру світового експорту за останні 20 років майже у 6 разів, структура світового експорту залишилась незмінною.

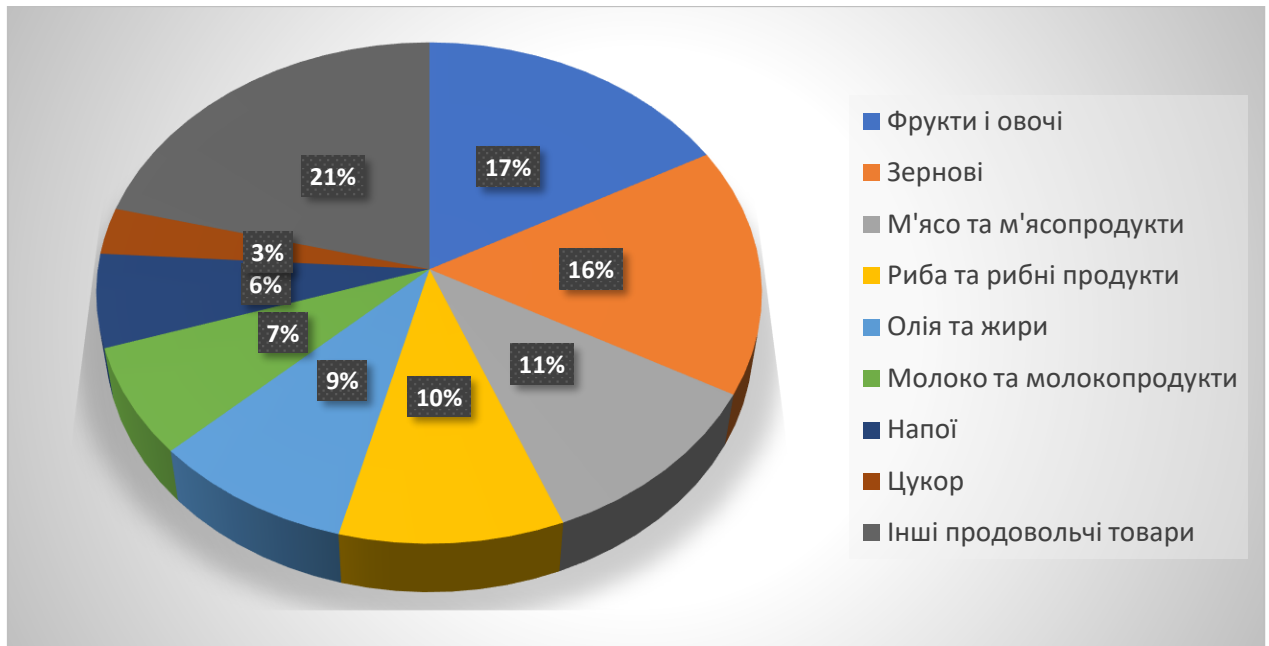


Рис.3.1. Товарна структура світового експорту продовольчих товарів.

\* Розраховано на основі джерела [46]

Лідером за обсягом експорту продовольчих товарів є країни Європи, на які щороку припадає близько 40% світового експорту продуктів харчування, ще близько 28% світового експорту продовольства припадає на країни Північної та Південної Америки, та 21% на країни Азійського регіону. Найменшу частку в світовому експорті продуктів харчування з часткою 4% займають країни Африки.

Динаміка регіональної структури експорту вказує на тенденцію до зменшення експорту з країн Європи, Південної та Центральної Америки, при одночасному зростанні частки країн Азії та Північної Америки в світовому експорті продовольства.

Зазначимо, що значна частина експорту лідера серед країн-експортерів Європейського Союзу спрямована в самі країни ЄС. За приблизними розрахунками лише 10% експорту виходить за межі Європейського Союзу. Країни ЄС характеризуються найвищим рівнем самозабезпеченості продуктами харчування, та найменшим додатнім сальдом зовнішньоторгівельного балансу.

Що стосується світового імпорту продовольства, то основними імпортерами є країни ЄС, США, Китай, Японія, Росія, Канада, на які припадає 65% світового імпорту продовольчих товарів.

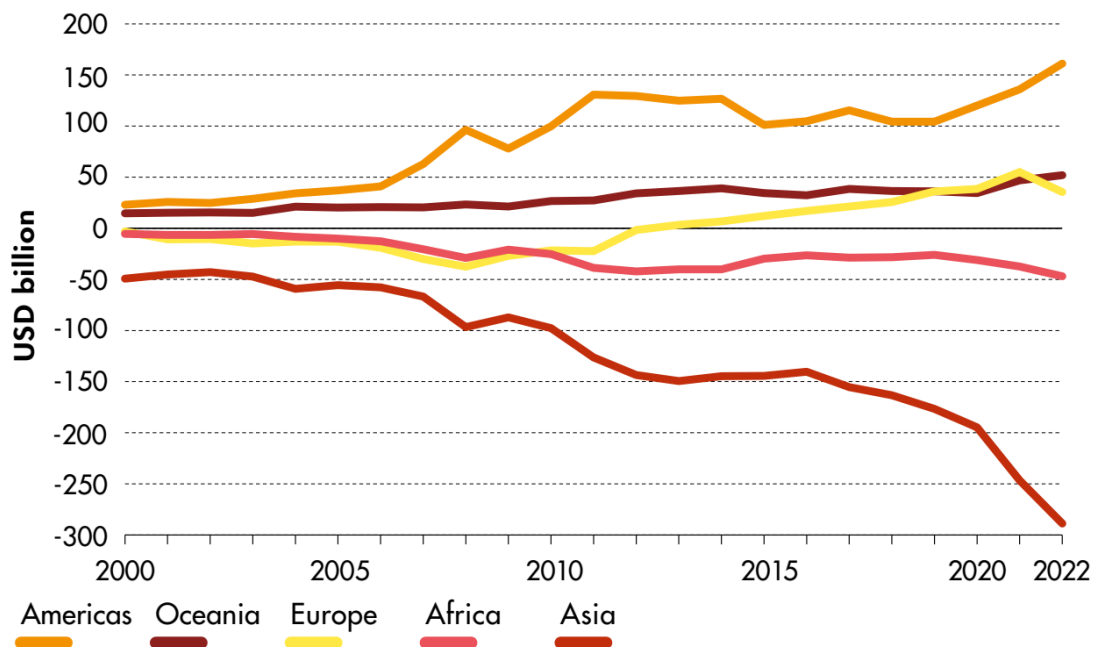


Рис.3.2. Торгівельний баланс на світовому ринку продовольчих товарів.  
\* Джерело [46, с.29]

Ємкість світового ринку продовольчих товарів визначається на основі чисельності населення, рівня його доходів та обсягами виробництва. За даними ООН чисельність населення в світі складає 8,2 млрд. осіб. Основна частина світового населення зосереджена в Азійсько-Африканському регіоні, а саме в Китаї, Індії, країнах центральної Африки. Африка є лідером за народжуваністю дітей в світі. Відповідно до прогнозів протягом наступних 50-ти років чисельність населення буде зростати та досягне у 2080 році рівня 10,3 млрд осіб. Для того щоб задовільнити харчові потреби світового населення глобальне виробництво продовольчих товарів має зрости хоча б на 60%, а пшениці – на 40%. Якщо Китай є лідером за виробництвом продуктів харчування та майже забезпечує свій великий внутрішній ринок, то більшість населення Азії та країн центральної Африки недоїдає та голодує. Рівень доходів населення цих країн є дуже низьким, та немає позитивної тенденції до

зростання. Зростання чисельності населення в бідних країнах забезпечує стабільний попит на зернові та олійні культури, оскільки хліб та соняшникова олія є одним із найдешевших, висококалорійних продуктів харчування, а побічні продукти їх виробництва – цінної добавкою кормового раціону тварин.

Загалом після високоурожайного періоду 2018-2021 років, 2022-2023 роки характеризувались зменшенням пропозиції на світовому ринку зернових культур через зменшення обсягів їх виробництва на 2,0% до 2,7 млрд.т. Основними чинниками скорочення виробництва зернових стали несприятливі погодні умови в США, Бразилії та Китаї, а також війна в Україні. Аналогічна ситуація склалась на світовому ринку олійних культур, де фіксується зниження фізичного обсягу товарної пропозиції, насіння соняшнику, сої, ріпаку та соняшnikової олії. На фоні зменшення обсягів виробництва при зростанні чисельності населення зросли світові ціни на зернові та олійні культури.

Таблиця 3.1.

### Індекс світових цін на продовольчі товари, %\*

Роки	Продовольчі товари	М'ясо та м'ясопродукти	Молоко та молокопродукти	Зернові	Олійні	Цукор
2013	120,1	106,2	140,9	129,1	119,5	109,5
2014	115,0	112,1	130,2	115,8	110,6	105,2
2015	93,1	96,8	87,1	95,9	89,9	83,2
2016	92,0	91,1	82,6	88,3	99,4	111,6
2017	97,9	97,5	108,0	91,0	101,9	99,1
2018	95,8	94,4	107,3	100,8	87,8	77,4
2019	94,9	99,5	102,8	96,6	83,2	78,6
2020	98,1	95,3	101,8	103,1	99,4	79,5
2021	125,7	107,5	119,6	131,2	164,9	109,3
2022	144,5	118,3	149,5	154,7	187,8	114,5
2023	124,5	114,1	123,7	130,9	126,3	145,0

\* Розраховано на основі [46]

Так, у 2022 році найвищий темп зростання зафіксовано щодо світових цін на олійні культури (187,8%), а найменший – щодо цін на цукор (112,0%). У 2023 році тенденція до зростання цін зберіглась, проте індекси цін на основні види продовольчих товарів (крім цукру) були меншими порівняно з 2022 роком. Загальне зростання цін на продовольчі товари у 2022 році склало 44,5

%, а у 2023 році – 22,5%. При тому реальний індекс цін на продовольчі товари у 2022 році склав 141,4%, а у 2023 році – 119,8%.

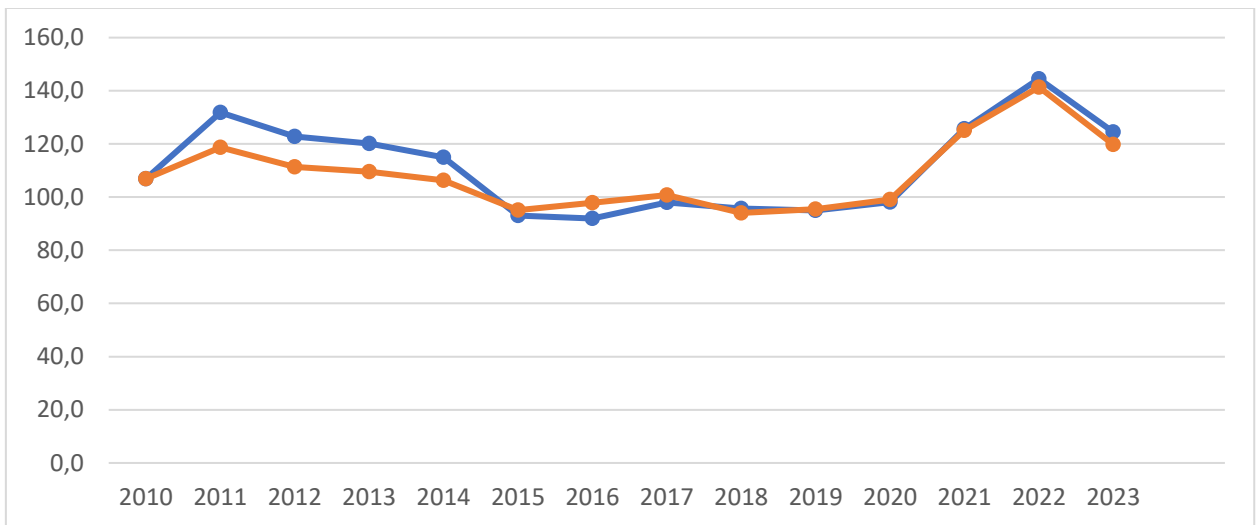


Рис.3.3. Динаміка реального та номінального індексу цін на продовольчі товари.\*

\* Розраховано на основі [46]

За оцінками експертів, незважаючи на те що рівень цін на основні види продовольчих товарів на світовому ринку залишається високим, після припинення війни в Україні та зняття пандемійних обмежень, відновиться тенденція до зниження світових цін на продовольство.

Зростання попиту на зернові та олійні культури, які добре ростуть на наших теренах та порівняно високі ціни на світових ринках формують перекося в структурі аграрного виробництва як України так і Львівської області. У великих та малих формах аграрного виробництва домінують два види експорто-орієнтованої продукції зернові і олійні культури, які напряму не відносять до продовольчих товарів. Маючи значні площі сільськогосподарських угідь, національний продовольчий ринок відчуває дефіцит овочевої та плодово-ягідної продукції.

Оцінюючи глобальні тенденції розвитку ринку продовольства зазначимо, що основними серед них є:

- зростання чисельності населення в країнах «глобального Півдня» (Китай, Індія, країни Африки та Латинської Америки);

- низька фізична та вартісна доступність продуктів харчування в низці країн, що спричинює недоїдання та навіть голодування;
- концентрація виробництва продовольчих товарів в декількох країнах-експортерах та залежність постачання продуктів харчування на світовий ринок від їх стабільності;
- розгалужена система торгівельної логістики дозволяє швидко доставляти продукти харчування на великі відстані без суттєвої втрати харчових якостей.

Таким чином, пандемія COVID-19 та війна в Україні спричинили глибоку кризу на світовому ринку продовольчих товарів, зниження темпів зростання виробництва, зростання цін та порушення логістики.

### **3.2. Прогнозування тенденцій розвитку регіонального продовольчого ринку**

Оскільки основною метою здійснення кон'юнктурних досліджень є адаптація суб'єктів продовольчого бізнесу до можливих змін ринкової ситуації задля досягнення поставлених цілей, збереження маржинальності бізнесу, підвищення його ефективності та конкурентоздатності, розвиток нових товарів чи завоювання нових ринків, то кінцевим етапом аналізу ринкової кон'юнктури є прогнозування основних ринкових індикаторів.

О.С. Євсейцева та Д.В. Новіков зазначають, що в ринкових умовах ефективність виробництва та реалізації споживчих товарів суттєво залежать від достовірності складання короткострокових та довгострокових прогнозів розвитку ринкової ситуації [15, с.98].

Під прогнозуванням кон'юнктури споживчого ринку Л.В. Оболенцева, пропонує вбачати науково-обґрунтований процес передбачення потенційної зміни параметрів ринку на основі оцінки основних тенденцій, закономірностей та причинно-наслідкових зв'язків їх розвитку [28, с.222-223].



Загалом, прогнозування ринкової кон'юнктури – це комплексний, багатогранний, науково-обґрунтований процес формування гітопези про вірогідний стан попиту та пропозиції на певному ринку, а також про ймовірний рівень ринкових цін сформований співвідношенням попиту і пропозиції, які складуться в окресленому майбутньому.

Методичною передумовою та інформаційним базисом прогнозування кон'юнктури споживчого ринку загалом, та регіонального ринку продовольчих товарів зокрема, є динамічний трендовий аналіз. Даний вид економіко-статистичного аналізу дозволяє виявити зміну явищ та процесів у часі, встановити рівняння динамічного тренду, який найбільш достовірно описує динаміку показників.

Для прогнозування ринкової кон'юнктури використовують кількісні розрахунки на основі статистичної екстраполяції трендів, якісне прогнозування на основі експертних оцінок, ситуативних прогнозів чи побудови сценаріїв, а також економіко-математичне моделювання [6, с.43].

Прогнозування ринкової кон'юнктури регіонального споживчого ринку є багатогранним і складним процесом і має враховувати не тільки зміну множини кон'юктуроформуєчих факторів, а й їх синергетичну сукупну дію на стан та динаміку ринкової ситуації. Складність прогнозування кон'юнктури ринку продовольчих товарів посилюється багатоконпонентністю продовольчого ринку, широтою та глибиною товарного асортименту, а також взаємозамінністю продуктів харчування в процесі їх споживання.

Кон'юнктурне прогнозування опирається на ключові гіпотези передбачення системних змін. Перш за все, стабільність ринкової системи та ринкових відносин між суб'єктами товарообміну, передбачає що рівновага попиту та пропозиції формується та змінюється під впливом внутрішніх закономірностей. Попри те, в стресових, непередбачуваних ситуацій на зміну ринкової кон'юнктури більший вплив матимуть зовнішні фактори, політичні, соціальні, демографічні, технологічні тощо [6, с.43].

Крім того, точність та достовірність прогнозу кон'юнктури регіонального ринку продовольчих товарів залежить від:

- якості інформації про стан ринку, його ємність, обсяги виробництва та споживання основних видів продовольчих товарів, варіацію цін та особливості формування ланцюгів вартості продовольчих товарів;
- стабільності та стійкості розвитку як економіки загалом так і окремих ринків зокрема, які визначають надійність прогнозу;
- правильності визначення тенденцій зміни основних складових прогнозованої моделі, рівня апроксимації статистичних оцінок факторних показників та адекватності прогнозованої моделі;
- рівня технічного та програмного забезпечення прогнозу).

Важливим чинником формування ринкової кон'юнктури споживчого ринку є чисельність, склад, структура та рівень життя населення, які визначають розмір та структуру ринку продовольчих товарів. Чисельність населення є стимулюючим кількісним фактором зміни споживчого попиту. Тобто, чим більша кількість населення проживає в регіоні, тим більшим буде фонд споживання окремих видів продовольчих товарів при сталій структурі споживання. Для прогнозування споживчого попиту на ринку продовольчих товарів важливе значення має структура населення, оскільки рівень споживання окремих продуктів в сільській та міській місцевості суттєво різняться.

Тому для визначення прогнозованої чисельності населення Львівської області, а отже і кількісної оцінки споживачів продовольчих товарів окремо спрогнозуємо чисельність населення в міських та сільських громадах.

Як бачимо з рис.3.4 та 3.5., чисельність населення досліджуваного регіону має тенденції до зниження. Темп скорочення загальної кількості населення є мінімально низьким (-0,2%). Середній абсолютний приріст (-5,3 тис. осіб) свідчить, що щорічно населення Львівщини зменшується на 5,3 тис.

осіб. Зазначимо, що сільське населення скорочується в середньому щорічно на 3,3 тис. осіб, а міське – на 2,0 тис.осіб.

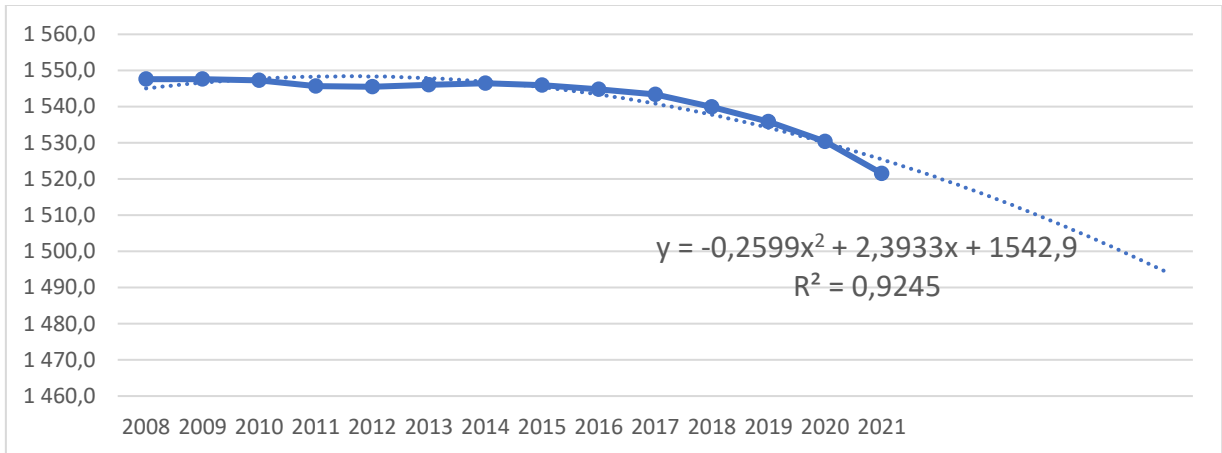


Рис. 3.4. Прогнозування чисельності міського населення, 2026 рік

\* Розраховано на основі [9]

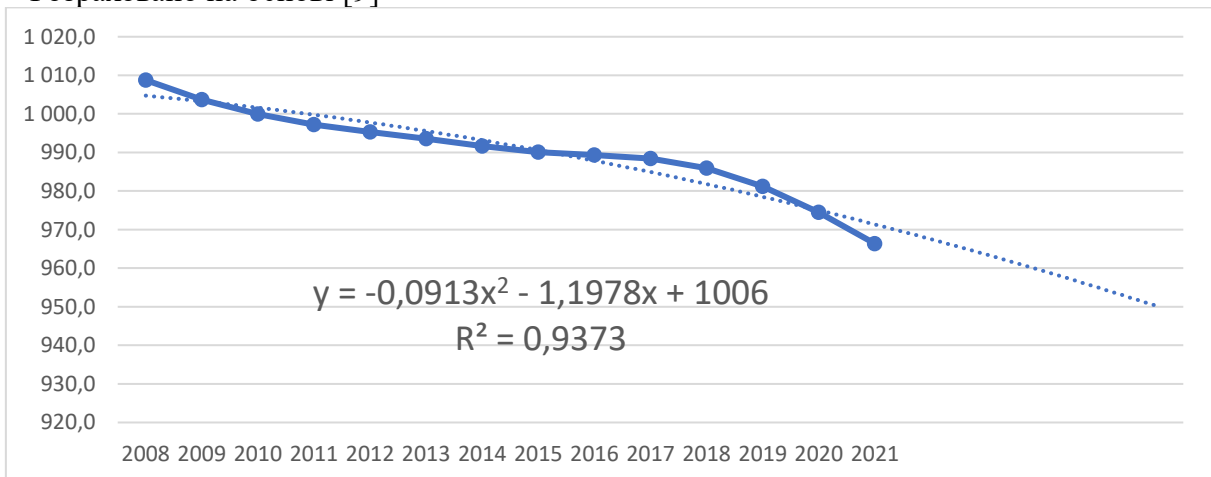


Рис.3.5. Прогнозування чисельності сільського населення

\* Розраховано на основі [9]

Зміну чисельності сільського та міського населення Львівщини найкраще описують поліноміальні тренди другого рівня (рівняння параболи). На основі екстраполяції (продовження) трендів визначимо прогнозну кількість наявного населення в розрізі місця проживання.

Зазначимо, що отримані прогнозні значення мають сенс лише в сталому середовищі. В умовах військового стану екстраполяційні прогнози є недостовірними. Поруч з тим через війну офіційна статистика України не дає інформації про чисельність населення станом на 2022-2023 роки. Тому ми

можемо припускати, що за умови стабілізації безпекової ситуації довгострокові тренди зміни чисельності населення будуть актуальними та достовірними.

Таблиця 3.2

**Прогнозні значення чисельності населення Львівської області до 2026 року\***

Прогнозний період, роки	Чисельність наявного населення, тис. осіб		
	Загалом	міська місцевість	сільська місцевість
2023	2517,5	1515,7	1001,8
2024	2509,6	1509,6	1000,0
2025	2501,0	1503,0	998,0
2026	2491,8	1496,0	995,8

\*Розраховано автором

Отже, за результатами розрахунків у 2026 році чисельність населення Львівської області складатиме 2491,8 тис. осіб, з яких 60,0% або 1496 тис. осіб складатимуть жителі міст, а 40,0% або 995,8 тис. осіб – жителі сіл. Збільшення питомої ваги міського населення активізує ринок продовольчих товарів, оскільки жителі сіл більше споживають продукції власного виробництва. В містах вищий рівень сукупних доходів населення, вищі заробітні плати та рівень життя.

Важливим стимулятором зростання споживчого попиту є заробітна плата, оскільки це основне джерело (76,8%) формування сукупних доходів жителів Львівщини. Як видно з рис.3.6, розмір заробітної плати найманих працівників у Львівській області змінюється паралельно із загальнонаціональним трендом, тобто зростає під впливом інфляції, знецінення гривні, зростання попиту на ринку праці тощо.

Зростання заробітної плати впливає на зростання витрат на продукти харчування. За розрахунками, на основі даних за 2010-2021 роки, зростання заробітної плати на одну гривню, зумовлює зростання витрат на продовольчі товари на 0,48 грн.

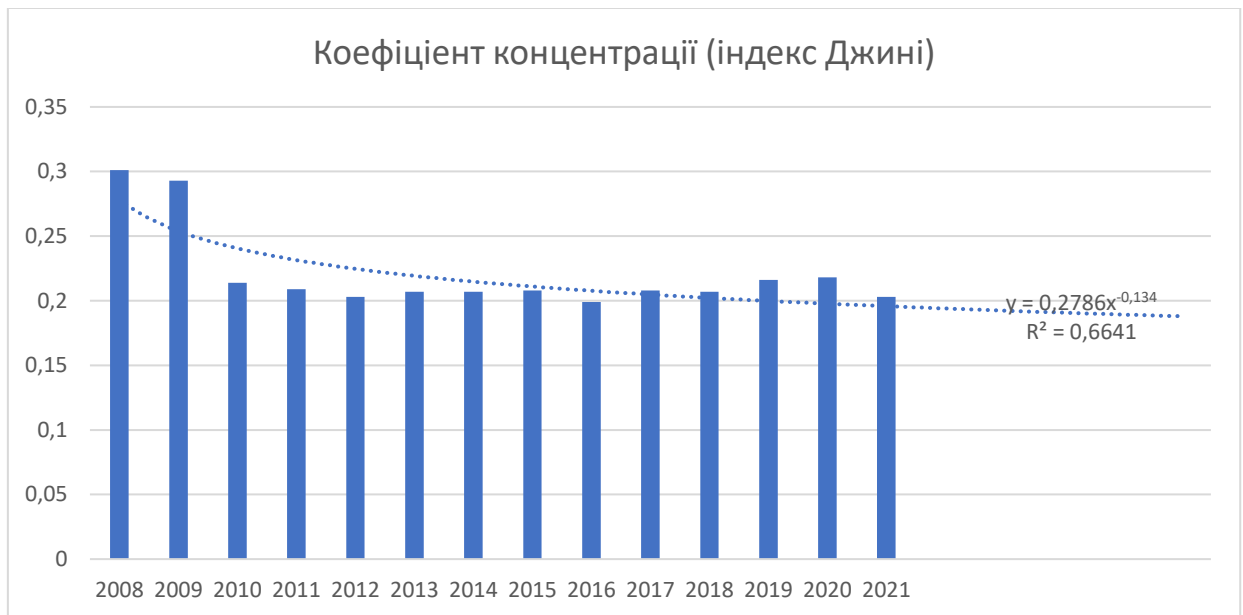


Рис.3.6. Екстраполяція тренду заробітної плати у Львівській області.  
\* Розраховано на основі [9]

Зростання заробітної плати, зменшує диференціацію доходів населення. Розрахований та спрогнозований індекс Джині, який характеризує розрив між доходами бідних та багатих жителів, вказує на згладжування рівня доходів населення у Львівщині. При тому, в сільській місцевості індекс диференціації доходів населення є меншим порівняно з міською місцевістю. Позитивною тенденцією є зниження частки населення з рівнем доходу нижче середнього рівня.

Зазначимо, що зростання доходів не завжди веде до зростання витрат на продукти харчування. Споживач (особа чи домогосподарство) купує продовольчі товари виходячи із норм оптимального споживання, а не купує наднормово. Сім'я з двох осіб не буде купувати щодня 1 кг м'яса чи масла, навіть якщо доходи дозволяють. З цієї позиції більш позитивний вплив на кількісні параметри ринку продовольчих товарів буде мати підвищення доходів бідних верств, підвищення середнього рівня доходів, що зумовить зниження рівня недоїдання та підвищить доступність продуктів харчування. В результаті попереднього аналізу було виявлено, що рівень доходів суттєво впливає на товарний асортимент ринку продовольчих товарів. А саме, в забезпечених сім'ях більше споживають м'яса, риби, овочів та фруктів, в той час як в сім'ях

з мінімальним доходом в раціоні переважають хліб, молоко та молокопродукти, картопля, сезонні овочі та фрукти.



### 3.7. Прогнозування рівня диференціації доходів населення Львівської області. \* Розраховано на основі [9]

Оцінивши всі фактори та чинники на основі трендового аналізу визначено основні тенденції споживання основних продовольчих товарів на регіональному споживчому ринку. Основою для вибору достовірного типу та форми тренду став коефіцієнт апроксимації. Критерієм вибору було його максимальне значення, тобто обирались ті рівняння для яких  $R^2$  був найвищим.

Таким чином, тенденцію фізичного обсягу споживання м'яса та м'ясопродуктів, яєць, цукру, олії, картоплі та хліба найкраще описують лінійні рівняння прямої. А динаміку обсягу споживання молока та молокопродуктів, риби та рибопродуктів, овочів та фруктів найкраще описують поліноміальні рівняння другого ступеня (рівняння параболи).

При тому рівняння трендів споживання на одну особу молочних продуктів, яєць, цукру, олії, картоплі та хліба спрямовані на спад споживчого попиту, а тренди споживання м'яса, риби, овочів та фруктів спрямовані на зростання.

Таблиця 3.3

**Динамічні тренди обсягу споживання основних видів продовольчих товарів на регіональному споживчому ринку\***

Основні види продовольчих товарів	Тип тренду	Рівняння тренду
- м'ясо і м'ясопродукти кг	Лінійний	$y=3,9652+0,0643t$
- молоко і молочні продукти, кг	Поліноміальний	$y=22,207+0,8085t-0,0656t^2$
- яйця, шт.	Лінійний	$y=20,212-0,0839t$
- риба і рибопродукти, кг	Поліноміальний	$y=1,5-0,1088t+0,0066t^2$
- цукор, кг	Лінійний	$y=3,0424-0,0472t$
- олія та інші рослинні жири, кг	Лінійний	$y=2,0424-0,0283t$
- картопля, кг	Лінійний	$y=9,0182-0,1182t$
- овочі та баштанні, кг	Поліноміальний	$y=8,5051+0,7878t-0,1646t^2+0,0088t^3$
- фрукти, ягоди, горіхи, виноград, кг	Поліноміальний	$y=3,8-0,0727t+0,0112t^2$
- хліб і хлібні продукти, кг	Лінійний	$y=8,9561-0,1189t$

\*Власні розрахунки

Керуючись встановленими вище трендами були визначені прогностичні значення споживання основних видів продовольчих товарів з розрахунку на одну особу. Ми встановили, що місячне споживання однією особою у Львівській області м'яса та м'ясопродуктів зросте на 4,0%, фруктів та ягід – на 16,5%, риби та рибопродуктів – на 22,6%, а овочів – на 53,8%. Найменше зміниться місячне споживання яєць та олії. Натомість споживання молока та молочних товарів зменшиться на 17,8%, а цукру, картоплі та хліба – на 5,0% відповідно.

Таким чином, прогнозований нами споживчий кошик регіонального ринку продовольчих товарів, має позитивну динаміку до покращення якості харчового раціону, насичення його вітамінами та мікроелементами, спричинену зростанням рівня доходів та зменшенням диференціації доходів.

Таблиця 3.4

**Прогнозні значення споживання основних видів продовольчих товарів у Львівській області, з розрахунку на одну особу**

Основні види продовольчих товарів	Прогноз споживання на одну особу, кг			
	2023	2024	2025	2026
- м'ясо і м'ясопродукти кг	4,9	4,9	5,0	5,1
- молоко і молочні продукти, кг	20,7	19,6	18,3	17,0
- яйця, шт.	19	19	19	19
- риба і рибопродукти, кг	1,3	1,4	1,4	1,6
- цукор, кг	2,4	2,3	2,3	2,2
- олія та інші рослинні жири, кг	1,6	1,6	1,6	1,6
- картопля, кг	7,4	7,2	7,1	7,0
- овочі та баштанні, кг	11,4	13,0	15,0	17,6
- фрукти, ягоди, горіхи, виноград, кг	5,0	5,2	5,5	5,8
- хліб і хлібні продукти, кг	7,3	7,2	7,1	6,9

\* Розраховано на основі [9]

Зіставивши результати прогнозування чисельності населення та кількісні параметри споживання продукції однією особою, на основі конструктивно-розрахункового методу, визначимо прогнозний рівень споживчого попиту на регіональному ринку продовольчих товарів.

Таблиця 3.5

**Прогноз споживчого попиту на регіональному ринку продовольчих товарів у Львівській області, річний**

Основні види продовольчих товарів	Прогнозний період, роки			
	2023	2024	2025	2026
- м'ясо і м'ясопродукти тис.т.	147,0	148,5	149,9	151,3
- молоко і молочні продукти, тис. т	624,4	589,5	550,7	508,1
- яйця, млн.шт	575,1	570,8	566,3	561,7
- риба і рибопродукти, тис. т	38,4	40,7	43,5	46,6
- цукор, тис. т	71,9	70,3	68,6	67,0
- олія та інші рослинні жири, тис. т	49,7	48,7	47,7	46,7
- картопля, тис. т	222,4	218,2	213,9	209,6
- овочі та баштанні, тис. т	345,0	391,1	450,7	525,2
- фрукти, ягоди, горіхи, виноград, тис. т	150,4	157,5	165,2	173,5
- хліб і хлібні продукти, тис. т	220,3	216,0	211,7	207,4

\* Розраховано на основі [9]



Прогнозуючи фізичний обсяг споживчого попиту зазначимо, що результати прогнозування будуть актуальні лише в стабільних безстресових умовах мирного часу. Такий прогноз не враховує стохастичний спекулятивний попит на окремі види продовольчих товарів, який формується під впливом паніки щодо ймовірного закінчення запасів, порушення логістики, зростання митних тарифів тощо.

Наступним етапом прогнозування ринкової кон'юнктури є визначення основних тенденцій розвитку харчопереробної галузь та аграрного сектору, які є каталізатором локальної пропозиції продовольчих товарів на регіональному рівні. Рівень регіонального виробництва продовольчих товарів характеризує самозабезпеченість регіонального ринку товарами локального виробництва, дозволяє осмислити диспропорції між виробництвом та споживанням окремих видів товарів.

Незважаючи на війну харчопереробна галузь Львівщини функціонує стабільно, тому вважаємо що тренди зміни обсягів виробництва є достовірними.

Таблиця 3.6

**Динамічні тренди обсягу виробництва основних видів продовольчих товарів на регіональному споживчому ринку\***

Основні види продовольчих товарів	Тип тренду	Рівняння тренду
- м'ясо свіже, т	Лінійний	$y=21326+8979,9t$
- м'ясопродукти, т	Лінійний	$y=6970,1+39,481t$
- молоко і молочні продукти, т	Поліноміальний	$y=74396-18419t+1879,6t^2$
- яйця, тис. шт.	Лінійний	$y=567,04+9,56t$
- риба і рибпродукти, т	Лінійний	$y=180,97-12,59t$
- цукор, т	Лінійний	$y=43905-10192t$
- олія та інші рослинні жири, т	Лінійний	$y=463244+521,43t$
- картопля, кг	Лінійний	$y=14813+737,5t$
- овочі та баштанні, кг	Лінійний	$y=7006,3+342,02 t$
- фрукти, ягоди, горіхи, виноград, кг	Лінійний	$y=903,95t+30,67t^2$
- хліб і хлібні продукти, кг	Лінійний	$y=8,9561-0,1189t$

\* Розраховано на основі [9]

Майже за всіма видами продовольчих товарів, виробництво продуктів харчування має позитивну динаміку до зростання. Особливо це стосується виробництва молока та молокопродуктів, м'яса, яєць, олії, овочів.

Таблиця 3.7

**Прогноз виробництва основних видів продовольчих товарів на регіональному споживчому ринку**

Основні види продовольчих товарів	Прогнозний період, роки			
	2023	2024	2025	2026
- м'ясо і м'ясопродукти тис.т.	136,5	145,5	154,6	163,6
- молоко і молочні продукти, тис. т	124,0	152,6	184,9	221,0
- яйця, млн.шт	624,4	634	643,5	653,1
- риба і рибопродукти, тис. т	0,0	0,0	0,0	0,0
- цукор, тис. т	337,1	326,9	316,7	306,6
- олія та інші рослинні жири, тис. т	466,4	466,9	467,4	467,9
- картопля, тис. т	20,0	20,7	21,5	22,2
- овочі та баштанні, тис. т	9,1	9,4	9,7	10,1
- фрукти, ягоди, горіхи, виноград, тис. т	1,1	1,1	1,1	1,2
- хліб і хлібні продукти, тис. т	220,3	216,0	211,7	207,4

\* Розраховано на основі [9]

Прогнозування обсягів виробництва та рівня споживання продуктів свідчить про ймовірний дефіцит таких продовольчих товарів, як молоко та молокопродукти, риба, картопля, овочі та фрукти. Причиною такого дисбалансу є зосередженість виробництва цих продовольчих товарів у господарствах населення, або в малих формах сімейного аграрного бізнесу (сімейні молочні ферми, міні пекарні тощо). Цей дефіцит балансується споживанням картоплі, овочів та фруктів товарами власного виробництва, особливо щодо фонду споживання цих видів продовольчих товарів у сільській місцевості.

Іншим вагомим інструментом балансування регіонального споживчого ринку продовольчих товарів є їх імпорт. Основним видом продовольчих

товарів, який імпортується є риба, цитрусові фрукти, овочі, деякі види м'яса (крім птиці) тощо.

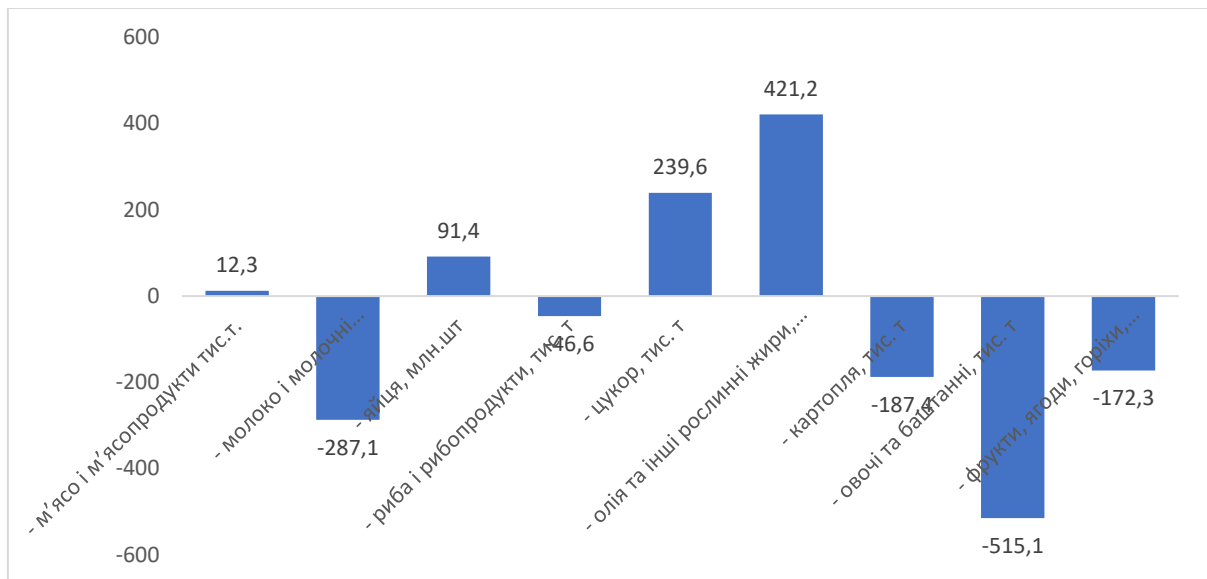


Рис.3.8. Баланс попиту та пропозиції на регіональному ринку продовольчих товарів.

\* Розраховано на основі [9]

Незважаючи на саморегульованість регіонального продовольчого ринку, він потребує використання механізмів державного регулювання. Таких як: розвиток дрібного аграрного бізнесу, спрямованого на продовольчі молоко, яйця, овочі, фрукти, картоплю; використання системи дієвих інструментів кооперації дрібних виробників з метою виробництва та реалізації якісної продукції; спрощення реєстрації та організації їх господарської діяльності, а також забезпечення їх розвитку у сільській місцевості та маленьких містечках.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі здійсненої оцінки та прогнозування кон'юнктури регіонального споживчого ринку, можна зробити наступні висновки та пропозиції:

1. «Ринкова кон'юнктура» або «кон'юнктура ринку» сьогодні є однією із найбільш вживаних економічних категорій. Більшість визначень сутності поняття кон'юнктура ринку сходиться до того, що це ситуаційна оцінка сукупності ринкових умов, яка актуальна для певного товару на певній території та в певний момент часу.

Що стосується сутності кон'юнктури споживчого ринку, то це конкретна ринкова ситуація, яка виражена співвідношенням попиту та пропозиції на споживчі товари, динамікою цін, рівнем розвитку конкурентних відносин в певний період часу на певній території. Кон'юктурі споживчого ринку притаманні усі закони розвитку та особливості категорії кон'юнктура ринку, з поправкою, що попит характеризується платоспроможністю та рівнем доходів населення, які є кінцевими споживачами споживчих товарів.

2. Регіональний споживчий ринок – це система економічних відносин щодо купівлі-продажу споживчих товарів і послуг, яка локалізована в межах певного географічного регіону. Регіональний споживчий ринок є частиною загальнонаціонального споживчого ринку, але має свої особливості, зумовлені специфікою регіону, а саме його географічним розташуванням, рівнем економічного розвитку, чисельністю та структурою населення, соціальними, екологічними умовами, традиціями споживання тощо. Регіональний споживчий ринок складається з ринку споживчих продовольчих товарів, ринку споживчих непродовольчих товарів та ринку споживчих послуг.

3. Кон'юнктура регіонального споживчого ринку це комплексна характеристика поточної ринкової ситуації на географічно обмеженому (локалізованому) ринку споживчих товарів і послуг, яка виражена співвідношенням попиту та пропозиції на споживчі товари, динамікою цін,

рівнем розвитку конкурентних відносин та формується під впливом економічних, соціальних, демографічних та інших факторів. Ситуативність регіональної кон'юнктури ринку, її актуальність станом на певний момент часу зумовлюють необхідність постійного моніторингу основних її параметрів.

4. Львівська область як локалізація регіонального ринку продовольчих товарів є одним з найбільших регіональних ринків України (2,5 млн населення або 5,0% населення країни станом до початку військових дій). Найбільш розвиненим районом області за площею та чисельністю населення є: Львівський район, який є приміською зоною великої львівської агломерації. Поруч з тим високими розвитком характеризуються Стрийський, Шептицький та Дрогобицький райони. Чотири райони Львівщини мають кордон із Республікою Польща та пункти пропуску через нього, що впливає на стан регіонального продовольчого ринку.

5. Львівська область характеризується досить розвинутим ринком продовольчих товарів. Це підтверджується показниками розвитку суб'єктів торговельного підприємництва. Так, за підсумками 2023 року відповідно до офіційних даних Державної служби статистики України, Львівщина була серед лідерів за кількістю суб'єктів торговельного підприємництва, та кількістю підприємств роздрібної торгівлі. У 2023 році на Львівщині було зосереджено 9,2% усіх роздрібних торговельних підприємств України, 7,2% усіх суб'єктів роздрібного торговельного підприємництва.

6. Аналіз просторового розвитку регіонального споживчого ринку показав, що товарооборот торговельних підприємств зосереджений переважно в міській місцевості, а фізичних осіб-підприємців – в сільській місцевості. Товарна структура регіонального споживчого ринку вказує на перевагу молочних товарів над м'ясними товарами, високу частку плодоовочевих (10,3), бакалійних (11,0) та (8,6%) хлібобулочних товарів.

7. Пропозицію на регіональному ринку продовольчих товарів формують виробництво продовольчих товарів, виробництво сільськогосподарської

продукції споживчого спрямування, а також постачання продовольчих товарів з інших регіонів та країн. Протягом останніх років локальне виробництво продовольчих товарів характеризувалось такими тенденціями: нарощування виробництва м'яса та м'ясних продуктів, а саме свинини замороженої та ковбасних виробів; збільшення виробництва мінеральних вод (газованих та негазованих); зменшення виробництва рафінованої та нерафінованої соняшникової олії; скорочення обсягів виробництва молокопереробної промисловості, а саме свіжого неферментованого сиру, вершкового масла, йогурту, кефіру, сметани, молока; стабільно високі обсяги виробництва хліба та при сталій динаміці розвитку хлібопекарського бізнесу; зниження виробництва кондитерських виробів, печива, вафель, здобних виробів; скорочення виробництва борошна, круп, макаронних виробів, цукру, кави, соусів тощо.

8. Аналізуючи динаміку обсягів виробництва сільськогосподарської продукції на локальному регіональному рівні протягом 2019-2023 років, зазначимо, що серед рослинницької продукції найкращими темпами зростання характеризувалось виробництво цукрового буряку (+56,4%) та соняшнику (+42,2%). Фізичний обсяг виробництва усіх видів споживчо-орієнтованої сільськогосподарської продукції, окрім овочів закритого ґрунту мав позитивну динаміку до зростання. Що стосується обсягів виробництва тваринницької продукції, то у 2023 році фізичний обсяг виробництва молока зменшився майже на третину. Основною причиною падіння виробництва молока є скорочення поголів'я молочного стада у господарствах населення, фермерських господарствах та малих підприємствах під впливом здорожчання кормів, преміксів, засобів захисту корів, а також низьких закупівельних цін. Аналогічно на третину зменшився порівняно обсяг реалізованої на забій яловичини. Нарощування забійної ваги реалізованого м'яса відбулось за рахунок позитивної динаміки обсягів виробництва свинини та птиці, тобто тих

видів м'яса, які динамічно продаються та користуються підвищеним споживчим попитом.

9. Регіональний споживчий ринок Львівської області характеризуються динамічнішими тенденціями рівня споживання продуктів харчування, ніж загальнонаціональний продовольчий ринок. Це проявляється у вищих темпах зростання споживання на одну особу в рік яєць (103,3%), риби (30,1%), плодів та ягід (134,8%), молока (103,6%), олії (122,0%), цукру (106,5%) та овочів (118,7%). Майже по всіх товарних групах, крім риби та рибних продуктів, а також м'яса та м'ясопродуктів середньоособовий рівень споживання у Львівській області перевищував аналогічний показник загалом по Україні. За споживанням хліба та яєць регіональний показник майже повторює значення загальнонаціонального.

10. Оцінюючи попит на регіональному ринку продовольчих товарів Львівської області зазначимо, що більше двох третин ринку зосереджено у м. Львів. Тут зосереджені майже вся оптова торгівельна інфраструктура, великі мережеві гіпермаркети та супермаркети, продовольчі ринки та магазини. Ринок продовольчих товарів Львова є насиченим та різноманітним. Жителі міста відрізняються вищими порівняно із жителями області доходами, тому тут є більшим розмір споживчого кошика та різноманітнішою його структура.

11. Що стосується решти частини регіонального споживчого ринку, то він концентрується навколо районних центрів та великих міст, таких як м. Стрий, м. Шептицький, м. Дрогобич, м. Самбір. Майже в кожному з цих міст є великий продовольчий ринок, який пропонує широкий асортимент локальної продукції, а також розвинена мережа спеціалізованих та неспеціалізованих підприємств роздрібною торгівлі, що задовільняє повсякденні споживчі запити.

12. Методичною передумовою та інформаційним базисом прогнозування кон'юнктури споживчого ринку загалом, та регіонального ринку продовольчих товарів зокрема, є динамічний трендовий аналіз. Даний вид економіко-статистичного аналізу дозволяє виявити зміну явищ та процесів у

часі, встановити рівняння динамічного тренду, який найбільш достовірно описує динаміку показників.

13. За результатами розрахунків у 2026 році чисельність населення Львівської області складатиме 2491,8 тис. осіб, з яких 60,0% або 1496 тис. осіб складатимуть жителі міст, а 40,0% або 995,8 тис. осіб – жителі сіл. Збільшення питомої ваги міського населення активізує ринок продовольчих товарів, оскільки жителі сіл більше споживають продукції власного виробництва. В містах вищий рівень сукупних доходів населення, вищі заробітні плати та рівень життя.

14. Прогнозування обсягів виробництва та рівня споживання продуктів свідчить про ймовірний дефіцит таких продовольчих товарів, як молоко та молокопродукти, риба, картопля, овочі та фрукти. Причиною такого дисбалансу є зосередженість виробництва цих продовольчих товарів у господарствах населення, або в малих формах сімейного аграрного бізнесу (сімейні молочні ферми, міні пекарні тощо). Цей дефіцит балансується споживанням картоплі, овочів та фруктів товарами власного виробництва, особливо щодо фонду споживання цих видів продовольчих товарів у сільській місцевості.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азарян О.М. Споживчий ринок України: маркетингові дослідження: монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2012 . 535 с.
2. Андрейченко А.В., Горбаченко С.А., Грінченко Р.В., Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с
3. Бабух, І. Б., Єремія М.М. Кон'юнктурні дослідження в системі маркетингового аналізу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород : ВД «Гельветика», 2021. Вип. 38. С. 5–9. Режим доступу: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/38\\_2021ua/3.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/38_2021ua/3.pdf)
4. Банк даних. Держстат : сайт. Режим доступу: <https://stat.gov.ua>
5. Безпарточний М. Г. Розвиток регіонального споживчого ринку в системі ефективного функціонування торговельних підприємств. *Регіональна економіка*. 2015, № 4. С. 43-50. Режим доступу: [https://re.gov.ua/re201504/re201504\\_043\\_BezpartochnyyMH.pdf](https://re.gov.ua/re201504/re201504_043_BezpartochnyyMH.pdf)
6. Березняк Н.В. Методичні підходи до побудови моделі кон'юнктурного дослідження, проведення аналізу і прогнозу ринкової кон'юнктури. *Наука, технології, інновації*, 2017. № 1 (1). С. 39-45. Режим доступу: [https://nti.ukrintei.ua/wp-content/uploads/2018/05/2017-1\\_stat5\\_UA\\_povn.pdf](https://nti.ukrintei.ua/wp-content/uploads/2018/05/2017-1_stat5_UA_povn.pdf)
7. Білецька О. Сутність ринкової кон'юнктури та необхідність її дослідження. *Матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»*, 3 листопада 2023 року. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2023. С. 136–138
8. Гальцова О.Л., Трохимець О.І. Теоретико-методологічні основи розвитку внутрішнього споживчого ринку в національній економіці. Держави і регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2020. № 4 (115). С. 38-73. Режим доступу: [http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2020/4\\_2020/9.pdf](http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2020/4_2020/9.pdf)

9. Головне управління статистики у Львівській області: сайт Режим доступу: [http://database.ukrcensus.gov.ua/statbank\\_lviv/Dialog/statfile\\_n.asp?lang=1](http://database.ukrcensus.gov.ua/statbank_lviv/Dialog/statfile_n.asp?lang=1)
10. Гончаров С.М., Кушнір Н.Б. Тлумачний словник економіста. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 262 с.
11. Гродецька Т.М. Трансформація споживчого ринку та його регулювання в перехідній економіці : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.01.01; Харк. нац. ун-т. ім. В.Н. Каразіна. Х., 2002. 16 с.
12. Державна служба статистики України : сайт. Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
13. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. К: КНЕУ, 2005. 393 с.
14. Економічний словник. Й.С. Завадський, Т.В. Осовська, О.О. Юшкевич. К.: КОНДОР, 2006. 356 с.
15. Євсейцева О.С., Новіков Д.В. Сучасні методики прогнозування кон'юнктури ринку та їх використання при проведенні маркетингових досліджень. *Економіка та держава*. 2016. № 5. С. 97-100. Режим доступу: [http://www.economy.in.ua/pdf/5\\_2016/22.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/5_2016/22.pdf)
16. Єрмакова Я., Симоненко К. Географія ритейлу-2023: в яких регіонах та як представлені гравці основних галузей торгівлі України. *RAU Analytics* Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/geografija-ritejlu-2023/>
17. Зверєва О.В. Споживчий ринок: поняття та учасники. *Держава і право*. 2010. № 47. С. 338-343.
18. Іванова Н. С., Лижник Ю. Б., & Шамрін Р. В. Аналіз і прогнозування кон'юнктури товарного ринку для визначення напрямків застосування інструментів інтернет-маркетингу при просуванні товару. *Вісник ДонНУЕТ «Економічні науки»*, 2024. (2(77)). Режим доступу: <https://doi.org/10.33274/2079-4819-2022-77-2-20-26>
19. Іванова Л. О., Музика О.М. Кон'юнктура ринків : навч. посібник. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2011. 447 с.

20. Катана А. В. Тенденції та особливості формування платоспроможного попиту на продовольчому ринку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 10(1). С. 129-133. Режим доступу: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/10\\_1\\_2016ua/31.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/10_1_2016ua/31.pdf)

21. Кобелева Т.О. Формування та оцінювання кон'юнктури ринку електротехнічної продукції : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Харків, 2012. 22 с.

22. Кондра О.Р. Організаційно-економічні основи формування та розвитку регіонального продовольчого ринку : дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. Харків, 2016. 518 с.

23. Кратт О.А. Методологічні основи формування кон'юнктури ринку послуг вищої освіти : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук : спец. 08.09.01 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика». Донецьк, 2004. 35 с

24. Корепанов О.С. До питання про становлення поняття економічної кон'юнктури. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Економічна серія*. 2009, № 869, С. 26-31. Режим доступу: <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/6811>

25. Латишев К.О. Змістовне навантаження поняття «кон'юнктура» стосовно ринку машинобудівної продукції. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2014. Вип. 8(4). С. 70-73. Режим доступу: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_08/179.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_08/179.pdf)

26. Максименко Д.В., Кручак Л.В. Особливості дослідження кон'юнктури товарного ринку. *Міжнародний науковий журнал «Освіта і наука»*. Мукачєво-Ченстохова, 2021. 1(30). С.151-154

27. Мицак О. В., Бублик Л. Я. Розвиток споживчого ринку як об'єкту державного регулювання. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 18. С. 44–46. Режим доступу: [http://www.investplan.com.ua/pdf/18\\_2017/10.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2017/10.pdf)

28. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник. Х.: ХНАМГ, 2010. 249 с.

29. Окрепкий Р. Б. Удосконалення системи показників кон'юнктури товарного ринку. *Економічний аналіз: зб. наук. праць каф. екон. аналізу Терноп. нац. екон. ун-ту*. Вип. 2 (18). Тернопіль, 2008. С. 60–63

30. Перерва П. Г., Кобелева Т. О., Ткачова Н. П. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія : Проблеми економіки та управління*. 2015. № 815. С. 118-125

31. Попадинець Н.М. Регіональний ринок споживчих товарів: сутність і засадничі положення функціонування. *Регіональна економіка*. 2017. №1. С.17-22. Режим доступу: [https://re.gov.ua/re201701/re201701\\_017\\_PopadynetsNM.pdf](https://re.gov.ua/re201701/re201701_017_PopadynetsNM.pdf)

32. Попадинець Н. М. Методологічні засади дослідження внутрішнього ринку споживчих товарів. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 3. С. 260-274.

33. Сегеда І.В. Товарознавство: продовольчі товари : навч. посібник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 224 с.

34. Серова І. А. Дослідження і прогнозування економічної кон'юнктури. Конспект лекцій для студентів спеціальності 8.050110 "Прикладна статистика" денної форми навчання. Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – 92 с.

35. Словник економіста та підприємця. А.М. Туренко, І.А. Дмитрієв, О.С. Іванілов, І.Ю. Шевченко. Х.: ХНАДУ, 2018. 340 с.

36. Смесо́ва В.Л. Кон'юнктурний аналіз сучасного світового ринку товарів та послуг. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2022, №1. С.62-76. Режим доступу: [https://ev.nmu.org.ua/docs/2022/1/EV20221\\_062-076.pdf](https://ev.nmu.org.ua/docs/2022/1/EV20221_062-076.pdf)

37. Солодковська Г.В. Домінантні тенденції розвитку світового ринку продовольчих товарів. Причорноморські економічні студії. 2020, 59-1. С.47-50  
Режим доступу: [http://bses.in.ua/journals/2020/59\\_1\\_2020/10.pdf](http://bses.in.ua/journals/2020/59_1_2020/10.pdf)
38. Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулювання: монографія / За ред.Л.О.Лігоненко. К. : КНТЕУ, 2007. 379с. Бібліогр.:С.372-378.
39. Сухаревська І. В. Споживчий ринок в сучасних умовах : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.01. Донецьк, 2009. 206 с.
40. Чеберяк О. В. Ключові тенденції розвитку глобального продовольчого ринку. Міжнародна економічна політика. 2012. Вип. 2. С. 364-370.
41. Щербак В.В. Методологія дослідження кон'юнктури товарного ринку. Приазовський економічний вісник. 2017. Вип. 2. С. 30-35. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/priaev\\_2017\\_2\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/priaev_2017_2_8).
42. Юлегіна І. В. Кон'юктурознавство : навчальний посібник. Харків : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2013. 76 с.
43. Яхно Т.П. Розвиток національної економіки в індикаторах споживчого ринку: теорія, методологія, практика. дис. ... д-ра екон. наук: спец. 08.00.03. Полтава, 2019. 524 с.
44. Popadynets, N. (2022). Development features of the domestic consumer goods market in Ukraine/ Cechy rozwoju krajowego rynku dóbr konsumpcyjnych w Ukrainie. *Economic and Regional Studies*, 15(1), 17-33. <https://doi.org/10.2478/ers-2022-0002>
45. Skindzier O. Koniunktura gospodarcza — co to i na czym polegają jej cykle? Money.pl. 2005. URL: <https://www.money.pl/gospodarka/koniunktura-gospodarcza-co-to-i-na-czym-polegaja-jej-cykle-6772459877562880a.html>
46. The State of Agricultural Commodity Markets 2024. *Trade and nutrition: Policy coherence for healthy diets*. FAO. 2024. Rome. <https://doi.org/10.4060/cd2144en>