

УДК 339.33
JEL M 20, L 81

DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/meu.2023.49.0.4902>

БІЗНЕС-АНАЛІЗ ГУРТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

Ганна Головчак¹, Оксана Сенишин², Марта Оліховська³, Володимир Оліховський⁴

¹Львівський національний університет імені Івана Франка
79008, м. Львів, пр. Свободи, 18
e-mail: hanna.holovchak@lnu.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8986-4048>

²Львівський національний університет імені Івана Франка
79008, м. Львів, пр. Свободи, 18
e-mail: oksana.senyshyn@lnu.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5089-2591>

³Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
e-mail: olih.marta@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2699-7684>

⁴Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
e-mail: olihovskyv@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4651-3835>

Анотація. Однією з ключових проблем економічного розвитку України в умовах сьогодення є проблема продовольчої безпеки населення. Окупація величезних площ продуктивних сільськогосподарських угідь Півдня і Сходу нашої держави, руйнування майнових комплексів підприємств АПК призвели до значного скорочення виробництва багатьох видів сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів. У сукупності з логістичними проблемами це зумовило скорочення ринкової пропозиції низки важливих для населення продуктів харчування та зростання цін на них.

Сьогодні національний аграрний ринок розбалансований і не забезпечує ефективного розподілу продовольчих товарів. Тому виникають значні диспропорції у постачанні харчових продуктів на регіональні ринки, формується поле для спекуляцій та необгрунтованого підвищення цін. Вирішення означених проблем передусім пов'язане із розвитком мережі гуртової торгівлі продовольчими товарами, в тому числі й на регіональному рівні. Саме підприємства гуртової торгівлі забезпечують баланс інтересів усіх учасників ринку та створюють сучасну систему товароруку, орієнтовану на максимальне задоволення потреб кінцевих споживачів

Ключові слова: гуртова торгівля, бізнес-аналіз, продовольча безпека, товарообіг гуртової мережі, молокопродукти, торгівельний баланс.

Постановка проблеми. Будучи комерційними посередниками між товаровиробниками та роздрібними торговцями, підприємства гуртової торгівлі сприяють інтеграції суб'єктів виробничого і торговельного підприємництва, налагодженню тісних та стійких взаємозв'язків між ними, об'єднанню територій, удосконаленню товарообігу продовольчих товарів та його стабілізації.

В сучасній економічній системі України роль гуртової торгівлі продовольчими товарами невпинно зростає. Із поглибленням ринкових процесів відбувається розширення її організаційно-економічних, соціальних та технологічних функцій. Істотний вплив на динаміку гуртового товарообігу сільськогосподарської продукції та продовольства мала лібералізація умов зовнішньої торгівлі після підписання Україною угоди про асоціацію з Європейським Союзом.

Однак, незважаючи на позитивні тенденції розвитку оптової торгівлі продовольчими товарами, основні організаційні та функціональні засади діяльності підприємств цієї сфери поки що недостатньо узгоджуються із вимогами дотичних сфер – виробництва і ритейлу. Передусім, це наслідок недосконалої організаційної структури, системи управління та економічного механізму функціонування підприємств гуртової торгівлі. У результаті вони не повною мірою задовольняють потреби роздрібною торгівлі щодо асортименту, обсягу та вартості продовольчих товарів; не забезпечують ефективних маркетингових досліджень, раціонального міжрегіонального розподілу продукції та оптимальних схем товаро просування. З огляду на це існує об'єктивна необхідність обґрунтування стратегії розвитку гуртової торгівлі продовольчими товарами на регіональному рівні, що відповідає сучасним цілям соціально-економічного розвитку країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні засади та практичні проблеми організації гуртової торгівлі, в тому числі й продовольчими товарами, висвітлені у працях багатьох відомих українських науковців, зокрема В. Алопія, Л. Балабанової, Г. Богославця, В. Ворондіної, І. Гуцула, Г. Кошельок, М. Кравченко, А. Мазаракі, І. Маркіної, Н. Слободянюка, А. Тимчини, Н. Трішкіної, О. Трубей та інших. Ними, зокрема, визначено теоретичні аспекти ведення та регулювання гуртової торгівлі, дано характеристику її форм та функцій, проаналізовано тенденції розвитку в Україні та світі, окреслено напрями реформування системи гуртового товарообігу. Водночас, значні структурні та функціональні зміни в системі внутрішньої і зовнішньої торгівлі продовольчими товарами, поглиблення деструктивних процесів на аграрному ринку, спричинення ними значних кон'юнктурних коливань, розрив продуктових ланцюгів у системі агробізнесу, загострення логістичних проблем та інші фактори маркетингового середовища (воєнні дії, міграція населення, енергетична криза) зумовлюють необхідність поглиблення аналізу діяльності підприємств сфери гуртової торгівлі продуктами харчування та розробки заходів, які б дозволили поліпшити організацію їхньої роботи і створити умови для стійкого розвитку.

Постановка завдання. Метою дослідження є виокремлення особливостей гуртової торгівлі продовольчими товарами та проведення бізнес-аналізу її показників. Для досягнення поставленої мети в процесі дослідження було сформовано та вирішено важливі наукові та практичні завдання, зокрема проведено визначення ролі гуртових підприємств у товарообігу; визначено особливості гуртової торгівлі в воєнний час; досліджено особливості гуртового ритейлера ТОВ МК «Галичина» та сформовано рекомендації щодо розвитку ринку гуртової торгівлі в Україні.

Методи дослідження. У науковій статті використано наступні методи дослідження: зокрема, при визначенні ролі гуртових підприємств у товарообігу

авторами використано методи порівняння та зіставлення; для дослідження особливостей гуртового ритейлера ТОВ МК «Галичина» використано аналітичний метод та метод узагальнення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Н. Голошубова вважає гуртову торгівлю є стратегічною сферою діяльності, оскільки вона може відігравати значну роль у розвитку вітчизняного виробництва, внутрішньої та зовнішньої торгівлі, а отже, сприяти більш повному задоволенню потреб споживачів і позитивно впливати на соціально-економічний розвиток країни в цілому [1].

Дослідники підкреслюють, що сучасна оптова торгівля являє собою органічну єдність багатоаспектних змістовних характеристик і розглядають її як підгалузь національної економіки, форму організації внутрішнього ринку і водночас - активного учасника товарного обігу [2]. Зокрема, з точки зору організаційного підходу окремі науковці трактують гуртову торгівлю як сукупність торговельно-гуртових і посередницьких організацій та підприємств, які характеризуються відповідними масштабами товарообігу, організаційно- правовими формами та формами власності [3]. Але передусім зміст гуртової торгівлі визначається її належністю до певного виду економічної діяльності, що забезпечує посередництво між виробниками і споживачами і пропонує широкий спектр послуг, які полегшують взаємодію цих суб'єктів.

Саме у такому контексті визначає сутність гуртової торгівлі Національний стандарт України ДСТУ 4303-2004 «Роздрібна та гуртова торгівля». Відповідно до п.4.5 цього документу гуртова торгівля - це вид економічної діяльності у сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів за договорами поставки партіями для подальшого їх продажу кінцевому споживачеві через роздрібну торгівлю або для виробничого споживання та надавання пов'язаних із цим послуг [12].

М. Потокий стверджує, що сутність гуртової торгівлі як економічної категорії полягає у сукупності економічних, організаційних і правових відносин між суб'єктами товарного ринку стосовно купівлі-продажу (поставки, обміну) великих партій товару для його подальшої реалізації або професійного використання [8].

Сучасна практика управління підприємствами передбачає аналіз їх діяльності як сукупності взаємозв'язаних бізнес-процесів. Відповідно й торговельний процес можна розділити на окремі операції. Саме з точки зору процесного підходу пропонують розглядати гуртову торговельну діяльність науковці Київського національного торговельно-економічного університету. Вони визначають дану категорію, як сукупність бізнес-процесів окремих суб'єктів господарювання по придбанню та подальшому перепродажу товарів певними партіями без внесення змін (окрім тих, що притаманні торгівлі) виробничим споживачам, роздрібній торгівлі та іншим суб'єктам підприємницької діяльності, що супроводжується наданням оптових торговельних послуг [4].

Головне завдання гуртової торгівлі полягає у тому, щоб створити найсприятливіші умови для суб'єктів товарного ринку, які б дозволили їм здійснювати раціональний товарний обіг і якнайповніше задовольняти попит організованих споживачів та роздрібних торговельних підприємств з урахуванням зручності часу постачання, а також їхніх вимог щодо кількості, якості та асортиментного складу товарних партій.

Попри те, що гуртову торговельну діяльність часто ототожнюють з посередницькою діяльністю, у сучасній господарській практиці ці поняття розмежовують. Це зумовлено тим, що гуртова торговельна діяльність та посередницька діяльність, яку здійснюють гуртові торговельні посередники, характеризуються низкою відмінностей у механізмі здійснення, потребі в ресурсах, структурі витрат та механізмі формування прибутку. Основна відмінність полягає в тому, що гуртовий торговець набуває право

власності на товар, тоді як торговельний посередник купує чи продає товари за кошти і від імені третіх осіб. Відносини власності у нього при цьому не виникають [5].

Оцінюючи роль гуртової торгівлі продовольчими товарами у забезпеченні збалансованого функціонування національної економіки, насамперед необхідно акцентувати увагу на перевагах, які надає торговельне посередництво порівняно із прямим збутом. Насамперед, гуртова торгівля дає можливість суб'єктам виробничого підприємства вирішувати питання реалізації продукції, які зазвичай потребують значних організаційних та управлінських зусиль і відповідних затрат часу, грошових коштів, матеріальних і трудових ресурсів. Тому для багатьох виробників сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів, особливо невеликих, збут стає вагомим проблемою, яку вони самотужки вирішити не в змозі.

У якості ще однієї вагомий переваги гуртової торгівлі через посередників І. Гуцул відзначає те, що завдяки їй виробники отримують змогу збувати свої товари в місцях територіально наближених до споживача з мінімальною кількістю ланок товаропостачання, з меншою кількістю угод, що потрібно укласти. Також гуртові посередники забезпечують маркетингову і технічну підтримку як товаровиробників, так і партнерів з боку роздрібною торгівлі [6].

Останні також отримують значні переваги від такої співпраці. Адже широкий і глибокий асортимент продовольчих товарів, який формують гуртові посередники на своїх складах, сприяє повнішому задоволенню попиту споживачів і дає змогу роздрібним підприємствам мінімізувати затрати часу і коштів на закупівлю товарів. Багато гуртових посередників, зокрема дистриб'юторських компаній, здійснюють регулярне централізоване постачання роздрібним торговцям оптимальних за розмірами та асортиментом товарних партій, які комплектуються продуктами харчування різних виробників. В результаті забезпечується стабільність та належна повнота асортименту продовольчих товарів у роздрібному продажі. Це має особливе значення для підвищення конкурентоспроможності малих і середніх підприємств продовольчого сегменту роздрібною торгівлі, яким важливо мінімізувати логістичні і складські витрати і забезпечити споживачам широкий асортимент продукції за конкурентними цінами.

Варто зазначити, що поряд із основною діяльністю, пов'язаною із закупівлею та продажем товарів, гуртові підприємства здійснюють низку інших операцій, зокрема: акумулювання (складування), тимчасове зберігання, сортування, охолодження, перепакування, розподіл великих товарних партій на дрібніші, розфасування у меншу тару (упаковки меншої ємності, розлив у пляшки), комплектацію за товарними накладними і каналами товароруку, доставку за власний рахунок тощо. Це робить гуртових посередників важливими ланками логістичних систем, які сприяють розвитку товарних ринків продовольства.

Загалом значення гуртової торгівлі у забезпеченні товарного та вартісного обміну проявляється в тому, що вона дає змогу узгодити економічні інтереси досить широкого кола економічних суб'єктів; сформувати товарний асортимент відповідно до потреб споживачів; забезпечити ціновий баланс між виробництвом і споживанням, економію витрат обігу; акумулювати фінансові ресурси; підвищити інтенсивність товаропотоків та ефективність усієї системи товарообігу.

Розвиток гуртової торгівлі продовольчими товарами визначається комплексом організаційно-економічних умов та чинників внутрішнього і зовнішнього середовища, у якому функціонують суб'єкти гуртової - посередницької діяльності. Передусім він тісно пов'язаний із потребами роздрібною торгівлі у певних обсягах і асортименті

продуктів харчування, які в свою чергу залежать від обсягу і структури споживчого попиту. Причому складовими цього попиту на регіональному рівні є 1) попит споживачів регіону на продукцію внутрішніх виробників, виробників інших регіонів або інших країн; 2) попит споживачів інших регіонів та країн на продукцію регіональних виробників, а також виробників інших регіонів країни, за умови що така продукція транзитом проходить через склади регіональних оптових підприємств. Необхідно зазначити, що вагомий вплив на організацію і масштаби внутрішньої оптової торгівлі продовольчими товарами мають торгові посередники, які є суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності. Вони є важливою ланкою «продуктових ланцюгів» у системі агробізнесу, оскільки закупають частину продукції в оптових підприємств для експорту і виступають постачальниками (продавцями) імпортних продуктів харчування. Але визначальний вплив на формування товарних запасів продовольства в оптових підприємствах все ж мають внутрішні виробники. Тому обсяг і структура виробництва окремих видів продовольчих товарів у регіоні також є важливим організаційно-економічним чинником розвитку оптової торгівлі.

Динаміку роздрібного товарообороту продовольчих товарів у Львівській області та обсягів їх реалізації підприємствами харчової промисловості ілюструє рисунок 1.1.

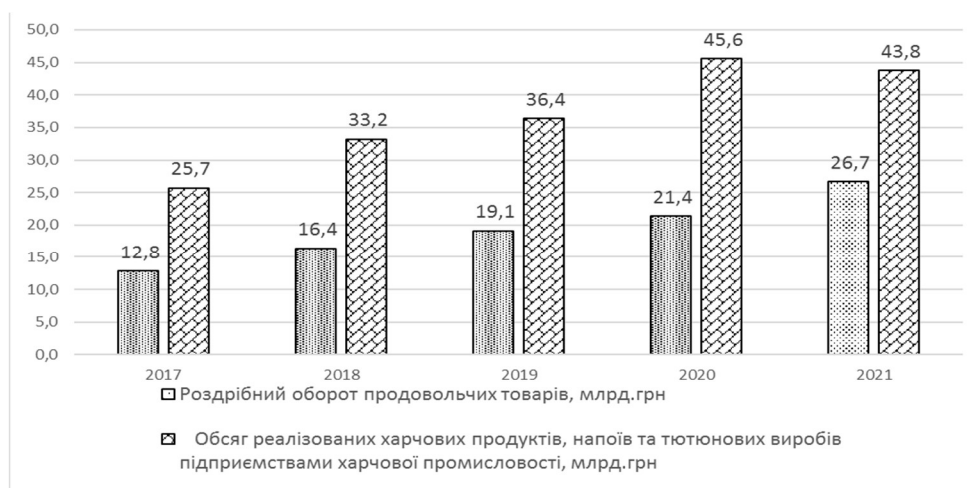


Рис. 1.1. Динаміка роздрібного товарообороту продовольчих товарів та обсягів їх реалізації підприємствами харчової промисловості у Львівській області*

*Складено за даними Держстату [11]

Як бачимо, обидва показники мають стійку тенденцію до зростання, що свідчить про збереження необхідних передумов для розвитку оптової торгівлі продовольчими товарами. Зокрема, обсяг роздрібного товарообороту продуктів харчування збільшився впродовж 2017-2021 років у 2,1 рази, а обсяг їх продажу підприємствами харчової промисловості - на 70,4%.

Попит кінцевих споживачів зростає з огляду на позитивну динаміку чисельності населення регіону, зростання доходів населення та поліпшення структури спожив-

вання, розвиток суміжних секторів економіки (туризму, готельно-ресторанного господарства). Хоча, безумовно значну роль у формуванні вартісних обсягів виробництва і торгівлі відіграє інфляційна складова (підвищення цін на продукцію).

Зауважимо, що відносно обсягів реалізації продукції, виробленої переробними підприємствами, частка роздрібного товарообороту становить 50- 60%. Це при тому, що оборот роздрібною ще й враховує кінцеву продукцію, яка надходить від сільськогосподарських виробників, в тому числі переробленої на власних потужностях (свіжі овочі і плодово-ягідна продукція, м'ясо, яйця, мед, молоко та молочні продукти), а також від імпортерів. Тобто, значна частина готових харчових продуктів регіональних виробників через систему гуртової торгівлі спрямовується в інші регіони та на експорт. Відзначимо, що у 2021 р. відносно 2020 р. обсяг реалізації продукції підприємствами харчової промисловості дещо скоротився, що насамперед зумовлено звуженням обсягів експорту в період піку епідемії коронавірусу.

У цьому контексті також проаналізуємо масштаби зовнішньої торгівлі продовольчими товарами (рис. 1.2). У їх складі врахуємо продукцію згідно номенклатури УКТ ЗЕД, яка враховує готові харчові продукти, свіжі овочі та фрукти, також окремі групи товарів, які можуть бути як сировиною, так і кінцевою продукцією.

Ситуація з динамікою обсягів експорту та імпорту продовольчих товарів також свідчить про значний потенціал розвитку гуртової торгівлі. Зокрема, у 2021р. загальний зовнішньоторговельний оборот склав 1207 млн.дол США або близько 34 млн. у гривневому еквіваленті. Це у 2,1 рази більше ніж у 2017 р. При цьому вхідний товарний потік (імпорт) у звітному році майже наполовину переважав вихідний потік (експорт).



Рис. 1.2. Динаміка обсягів експорту та імпорту продовольчих товарів у Львівській області

*Складено за даними Держстату [11]

За аналізований період показник експорту продовольчих товарів зріс на 79,3%, імпорту у 2,3 рази. Зрозуміло, що певна частина цієї продукції реалізується за прямими контрактами, однак більшість всеж проходить через гуртово-посередницьку ланку. Ключовим чинником такого значного зростання експортного та імпортного товарообороту стала Угода про асоціацію з ЄС від 2014 р, та впроваджена у 2016 р. у рамках

її реалізації зона вільної торгівлі. Лібералізація умов торгівлі стосувалася передусім сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів.

Як було зазначено вище, одним із базових параметрів, який характеризує сучасний стан і перспективи розвитку гуртової торгівлі продовольчими товарами у регіоні є динаміка чисельності суб'єктів господарювання у цій сфері діяльності. Саме наявність підприємців, бажаючих займатися гуртовою торгівлею, обсяг ресурсів, що знаходяться у їхньому розпорядженні, рівень ділової активності і взаємовідносин з іншими суб'єктами продовольчого ринку є базисом організації усєї системи гуртової торгівлі країни чи окремого регіону.

Загальну сукупність суб'єктів гуртово-посередницької діяльності передусім формують організаційні структури зі статусом юридичної особи (підприємства), а також фізичні особи-підприємці (таблиця 1.1).

Впродовж 2017-2021 рр. кількість суб'єктів підприємництва у сфері торгівлі продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами у Львівській області зросла на 11,1%. В основному це відбулося за рахунок появи на ринку нових підприємств - їхня чисельність зросла на 105 одиниць або на 30,5%. Як наслідок, частка юридичних осіб у структурі суб'єктів господарювання підвищилася із 34,1 до 40,1%. Чисельність ФОПів за аналізований період збільшилася лише на 7 одиниць. Позитивним трендом у контексті розвитку регіональної гуртової торгівлі продовольством є також істотне зростання питомої ваги суб'єктів Львівщини у їх загальній кількості по Україні на 0,6 пунктів.

Таблиця 1.1

Кількість та структура суб'єктів гуртової торгівлі продовольчими товарами у Львівській області*

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р. до 2017 р. %
Кількість суб'єктів - всього од.	1008	1005	1066	1120	111,1
в т.ч. підприємств	344	377	404	449	130,5
фізичних осіб-підприємців (ФОП)	664	628	662	671	101,1
Частка підприємств у загальній кількості суб'єктів господарювання, %	34,1	37,5	37,9	40,1	6,0
Частка ФОП у загальній кількості суб'єктів господарювання, %	65,9	62,5	62,1	59,9	-6,0
Питома вага суб'єктів регіону у загальній кількості по Україні, %	4,8	4,9	5,0	5,4	0,6

*Складено за даними Держстату [11]

Із загальної чисельності гуртових суб'єктів понад 80% ведуть спеціалізовану торгівлю певною групою товарів, і лише 17-19% належать до категорії універсальних, оскільки торгують широким асортиментом товарів, що належать до різних груп (таблиця 1.2).

У структурі суб'єктів найбільшу питому вагу займають гуртовики, що спеціалізуються на торгівлі овочами і фруктами. Їх частка впродовж аналізованого періоду становила 22-24%, а кількість залишалася відносно стабільною. Майже рівноцінною (в межах 10-12%) є частка кількості гуртових торговців м'ясною продукцією, молочними продуктами і харчовими жирами, кавою і чаєм, рибою та ракоподібними. Це свідчить про високий рівень конкуренції в означених сегментах товарного ринку і у певній мірі - про збалансованість процесу забезпечення споживчих потреб у базових

продуктах харчування. Натомість гуртові ринки тютюнових виробів і напоїв, зокрема алкогольних, мають всі ознаки олігопольних ринків. Зокрема, до 2020 р. гуртову торгівлю тютюновими виробами взагалі здійснювали лише декілька компаній, проте згодом їх чисельність зросла до 20. Передусім це зумовлено тим, що продаж підкацизних товарів потребує спеціальної ліцензії.

Таблиця 1.2.

Кількість і структура суб'єктів гуртової торгівлі продовольчими товарами Львівської області за їх спеціалізацією (товарними групами)

Спеціалізація суб'єктів торгівлі	2017 р.		2018р.		2019р.		2020р.		2020 р до 2017 р.	
	-сть, од.	структура, %	-сть, од.	структура, %	-сть, од.	структура, %	-сть, од.	структура, %	к-сть, %	структура, (+;-)
Гуртова торгівля овочами і фруктами	241	23,9	239	23,8	248	23,3	247	22,1	102,5	-1,9
Гуртова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами	128	12,7	118	11,7	121	11,4	117	10,4	91,4	-2,3
Гуртова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами	104	10,3	108	10,7	117	11,0	133	11,9	127,9	1,6
Гуртова торгівля напоями	54	5,4	55	5,5	46	4,3	45	4,0	83,3	-1,3
Гуртова торгівля тютюновими виробами	3	0,3	5	0,5	8	0,8	20	1,8	6,7 р	1,5
Гуртова торгівля цукром, шоколадом і кондитерськими виробами	63	6,3	82	8,2	87	8,2	81	7,2	128,6	1,0
Гуртова торгівля кавою, чаєм, какао та прянощами	80	7,9	93	9,3	115	10,8	127	11,3	158,8	3,4
Гуртова торгівля іншими продуктами харчування, у тому числі рибою, ракоподібними та молюсками	149	14,8	127	12,6	137	12,9	138	12,3	92,6	-2,5
Неспеціалізована гуртова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами	186	18,5	178	17,7	187	17,5	212	18,9	114,0	0,5
Разом	1008	100,0	1005	100,0	1066	100,0	1120	100,0	111,1	×

*Складено за даними Держстату [11]

У динаміці необхідно відзначити зростання впродовж 2017-2020 рр. чисельності суб'єктів гуртової торгівлі молокопродуктами, яйцями і жирами - на 27,9%; цукром, шоколадом і кондитерськими виробами - на 28,6%; кавою, чаєм і прянощами - на 58,8%. Натомість дещо зменшилася кількість суб'єктів торгівлі м'ясною і рибною продукцією, а також напоями, що передусім є наслідком зменшення споживчого попиту на ці групи товарів через їх подорожчання.

У контексті спеціалізації наявні значні структурні відмінності у складі різних категорій суб'єктів гуртової торгівлі - підприємств і ФОП (рис. 1.3).

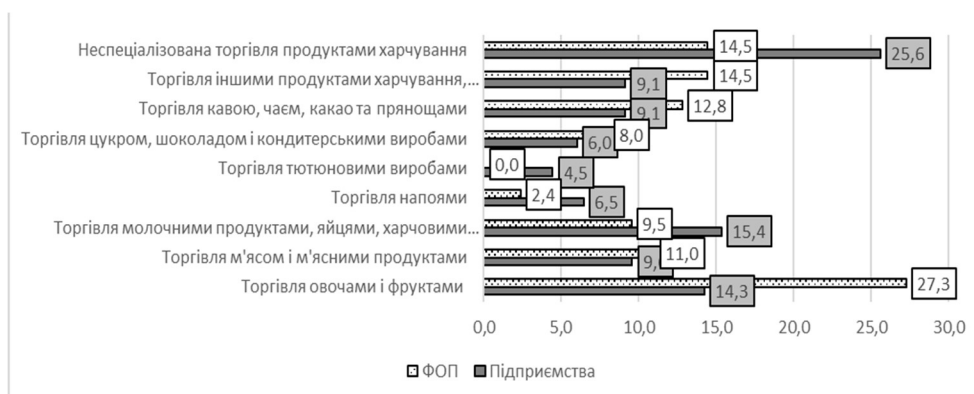


Рис. 1.3. Порівняння кількісної структури підприємств та ФОП Львівської області, які здійснюють оптову торгівлю продовольчими товарами, 2020р.

*Складено за даними Держстату [11]

Об'єктом дослідження серед гуртових торгівельних молочних підприємств Львівщини є ТОВ «Молочна компанія «Галичина»» - український виробник кисломолочної продукції, що реалізується під наступними торговими марками: національна - ТМ «Галичина»; і західноукраїнські - «Молочар» та «Галичанське». Основним напрямком діяльності ТОВ "Молочна компанія "Галичина" є забезпечення споживачів високоякісною продукцією.

Підприємство зареєстроване за адресою: Україна, 79024, Львівська обл., місто Львів, вулиця Липинського, будинок 54. Код ЄДРПОУ – 39685014. Організаційно-правова форма - товариство з обмеженою відповідальністю. Початок діяльності підприємства датовано 10.03.2015 р.

Розмір статутного капіталу ТОВ «Молочна компанія Галичина» становить 10 000 000 грн. Засновниками є Міщук Ігор Володимирович (розмір внеску до статутного фонду - 4 000 000 грн); Товариство з обмеженою відповідальністю "Срібні леви" (розмір внеску до статутного фонду - 5 000 000 грн); Акціонерне товариство "Закритий недиверсифікований венчурний корпоративний інвестиційний фонд "Кайрос" (розмір внеску до статутного фонду - 1 000 000 грн) [10].

Поточним бенефіціаром є Міщук Ігор Володимирович. Відповідно до статуту, посаду керівника підприємства обіймає Сисун Орест Мар'янович. Середня кількість працівників складає 1338 осіб.

Виробничі потужності ТОВ МК «Галичина» розташовані у містечку Радехів Львівської області, Україна. 98% сировини «Молочна компанія «Галичина»» отримує з фермерських господарств, що забезпечує високий вміст білка та якісні показники молока у виготовлені продукції. Виробництво кисломолочної продукції сертифіковане згідно з вимогами міжнародного стандарту безпечності харчових продуктів IFS Food 6.1, який належить до категорії найвищих міжнародних стандартів у сфері безпеки харчових продуктів [10].

Згідно з КВЕД, ТОВ «МК «Галичина»» здійснює діяльність за наступними видами:

- 46.33 – оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами;

- 10.51 – перероблення молока, виробництво масла та сиру; 46.75 – оптова торгівля хімічними продуктами;
- 45.31 – оптова торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів;
- 47.11 – роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами.

Асортимент продукції ТМ «Галичина» складають молоко (1%, 2,5%, 3,2% жиру), кефір (1%, 2,5% жиру, нежирний, ложковий), сметана (15%, 20% жиру), ряжанка (4% жиру), вершки (10%, 33% жиру), кисломолочний сир (5%, 12% жиру, нежирний), сир зернистий (5% жиру), масло солодковершкове (72,6%, 82,5% жиру), йогурти (з наповнювачами, питні, без цукру). Крім цього, представлена лінійка безлактозної продукції: сир безлактозний 5% жиру, молоко ультрапастеризоване безлактозне 2,5% жиру, йогурт безлактозний без цукру, молоко пастеризоване безлактозне 2,5% жиру.

У 2017 році МК «Галичина» посіла друге місце в рейтингу АС Nielsen питних йогуртів. А у 2018 році - сьоме місце в ТОП-10 українських виробників продукції з незбираного молока.

Основними чинниками розвитку оптової торгівлі продовольчими товарами у Львівській області в сучасних умовах воєнного стану можна вважати: збільшення потоку імпортованих товарів; реструктуризацію системи логістики продовольства; релокацію частини виробників продовольчих товарів з районів активних бойових дій; часткове відновлення у аналізованому регіоні діяльності туристичних підприємств та закладів громадського харчування; сусідство із країнами Європейського Союзу; досить розвинута мережу ритейлу та гуртову інфраструктуру продовольчого сегменту товарного ринку.

Роль гуртово-посередницької ланки у забезпеченні руху продовольчих товарів від виробника до споживача невіддільно зростає. Свідченням цього передусім є стійкий тренд зростання їх товарообороту впродовж 2017-2021 рр. За означений період номінальна величина цього показника у Львівській області збільшилася у 2,1 рази і склала у звітному році 25,9 млрд.грн. Найшвидшими темпами на рівні гуртових підприємств зростає торгівля переробленою плодоовочевою продукцією, молочними продуктами і кондитерськими виробами.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Гуртова торгівля відіграє вагомий роль у забезпеченні обігу товарів харчової промисловості. Вона опосередковує ринкові відносини між виробниками продовольчих товарів та суб'єктами роздрібно-торгівельної ланки, які реалізують ці товари кінцевим споживачам. У макроекономічному аспекті гуртова торгівля продовольчими товарами сприяє міжрегіональній і міжгалузевій інтеграції суб'єктів підприємництва, подоланню просторового розриву у продовольчому забезпеченні населення, посиленню спеціалізації аграрного виробництва, згладжуванню сезонних цінових коливань, формуванню стратегічних та страхових запасів продовольства, а також товарних партій для його ефективного експорту.

Особливості організації гуртової торгівлі продовольчими товарами визначаються їх фізико-хімічними властивостями, зокрема обмеженим терміном зберігання. Значна частина харчових продуктів потребує спеціальних умов зберігання і транспортування, дотримання правил сусідства з іншими товарами і санітарно-гігієнічних норм при виконанні технологічних операцій, постійного контролю якості продовольства. З огляду на це, гуртовий продаж продовольчих товарів здійснюють із використанням складської і транзитної форм торгівлі. Транзитна форма активно застосовується при реалізації продуктів харчування, які швидко псуються, або товарів простого асортименту. Складська форма найбільш прийнятна для продажу товарів тривалого зберігання.

Розвиток сфери гуртової торгівлі продовольчими товарами Львівської області загалом характеризується позитивною динамікою, що проявляється у зростанні кількості суб'єктів цього виду діяльності, обсягу товарообороту, прибутків гуртових підприємств, появі якісно нових типів гуртових підприємств, що застосовують інноваційні технології в управлінні товаропотоками. Проведений бізнес-аналіз показників діяльності ТОВ МК «Галичина» свідчить про зростання ліквідності та рентабельності цього виробника молочних продуктів попри несприятливе зовнішнє середовище.

Успішна реалізація обраної стратегії розвитку потребує від суб'єктів гуртової торгівлі продовольчими товарами удосконалення механізму управління комерційною діяльністю. Цей процес охоплює комплекс заходів щодо застосування інноваційних підходів у менеджменті, маркетингу, логістиці, організації торгівлі; налагодження ефективної співпраці із партнерами; поліпшення кадрового і фінансового менеджменту; автоматизації управління складськими та логістичними бізнес-процесами тощо.

1. Голошубова Н. Структурна перебудова торгівлі споживчими товарами в Україні. *Товари і ринки*. 2013. № 1. С. 16-28.
2. Оптова торгівля в Україні : монографія / А.А. Мазаракі, Г.М. Богославець, О.М. Трубей, А.М. Носуліч ; за ред. А.А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ. 2016. 208 с.
3. Рахман М. С., Прус Д. В. Аналіз ринку оптової торгівлі України. *Бізнес Інформ*. 2020. №7. С. 154-160.
4. Стасюк В.Ю. Стан та шляхи розвитку оптової торгівлі продовольчими товарами. *ЛНУП*. 2023.
5. Слободянюк Н. , Юнацький М., Сіраш С. Огляд сучасних тенденцій розвитку торгівлі в Україні та світі. *Науковий вісник УжНУ*. 2019. Вип.25(2).С.128-132.
6. Гуцул І. Сучасні тенденції та особливості розвитку оптової торгівлі. *Регіональна економіка*. 2020.Вип.14. С. 34-41.
7. Кошельок Г. Сучасний стан та перспективи розвитку оптової торгівлі в Україні. *Національна економіка. Інтелект 21*. 2018. Вип. 1. С.80-86.
8. Потокій М.В. Внутрішня торгівля: суть та види. *THEY*. 2020. 296с.
9. Назаренко О.І. Аналіз стану ринку оптової та роздрібної торгівлі України. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2013. Вип.12.
10. ТОВ «Молочна компанія Галичина» [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://galychyna.com.ua/>
11. Державна служба статистики .<https://ukrstat.gov.ua/>
12. ДСТУ 4303-2004. <https://www.victorija.ua/wp-content/uploads/2022/04/rozdrubna-ta-optova-torhivlia-dstu-4303-2004.pdf>

References

1. Holoshubova N. Strukturna perebudova torgivli spozuvchimy tovaramy v Ukraini. *Tovary i rynky*. 2013. № 1. S. 16-28 [in Ukrainian].
2. Optova torgivlya v Ukraini : monographia / A.A. Mazaraki, G.M. Bogoslavets, O.M. Trubey, A.M. Nosulich. Kyiv : KNTEU. 2016. 208 s. [in Ukrainian].
3. Rahman M. S., Prus D. V. Analiz runky optovoi torgivli Ukrainy. *Biznes Inform*. 2020. №7. s. 154-160. [in Ukrainian].
4. Stasiuk V.U. Stan ta schliyahy rozvytku optovoiy torgivli prodovolchimy tovaramy. Lviv. LNUP. 2023. [in Ukrainian].
5. Slobodiyanyuk N., Yunatskiy M., Sirasch S. Ogljad suchasnykh tendentsiy rozvutky torgivli v Ukraini ta sviti. *Naukovuy visnuk UzNU*. 2019. Vup.25(2). s.128-132. [in Ukrainian].

6. Gutsul I. Suchasni tendencii ta osoblivoshti rozvutky optovoy torgivli. Regionalna ekonomika. 2020. Vup.14. s. 34-41. [in Ukrainian].
7. Koscheliok G. Suchasnuy stan ta perspektivy rozvytku optovoy torgivli v Ukraini. Natsionalna ekonomika. Intelekt 21. 2018. Vup. 1. s.80-86. [in Ukrainian].
8. Potokiy M. V. Vnutrischnia torgivlia : ta vudy. TNEU. 2020. 296s. [in Ukrainian].
9. Nazarenko O.I. Analiz stanu runky optovoi ta rozdribnoi torgivli Ukrainy. Suchasni problem ekonomiky i pidpruemnytctvo. 2013. Vup.12. [in Ukrainian].
10. LLC МК «Halychina»Галичина» URL: <https://galychyna.com.ua/> [in Ukrainian].
11. Derzavna sluzba statystyky. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>[in Ukrainian].
12. DSTU 4303-2004. URL: <https://www.victorija.ua/wp-content/uploads/2022/04/rozdribna-ta-optova-torhivlia-dstu-4303-2004.pdf>[in Ukrainian].

BUSINESS ANALYSIS OF WHOLESALE TRADE IN UKRAINE: PRACTICAL ASPECTS

Hanna Holovchak¹, Oksana Senyshyn², Marta Olikhovska³, Volodymyr Olikhovskiy⁴

*¹ Ivan Franko National University of Lviv
79008 Lviv, Prospekt Svobody 18*

e-mail: Hanna.holovchak@lnu.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8986-4048>

² Ivan Franko National University of Lviv 79008 Lviv, Prospekt Svobody 18

e-mail: Oksana.senyshyn@lnu.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5089-2591>

*³Lviv Institute of Private Joint-Stock Company «Higher Educational Institution
«Interregional Academy of Personnel Management»*

e-mail: olih.marta@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2699-7684>

*⁴ Lviv Institute of Private Joint-Stock Company «Higher Educational Institution
«Interregional Academy of Personnel Management»*

e-mail: olihovskiy@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4651-3835>

Abstract. One of the key problems of the economic development of Ukraine in today's conditions is the problem of food security of the population. The occupation of huge areas of productive agricultural land in the South and East of our country, the destruction of the property complexes of agricultural enterprises led to a significant reduction in the production of many types of agricultural products and food products. Combined with logistical problems, this led to a reduction in the market supply of a number of food products important to the population and an increase in their prices.

Today, the national agricultural market is unbalanced and does not ensure effective distribution of food products. Therefore, there are significant disproportions in the supply of food products to regional markets, a field is being formed for speculation and unjustified price increases. Solving these problems is primarily related to the development of the food wholesale trade network, including at the regional level. It is the wholesale trade enterprises that ensure the balance of interests of all market participants and create a modern system of goods movement, oriented to the maximum satisfaction of the needs of end consumers.

In the modern economic system of Ukraine, the role of wholesale trade in food products is constantly growing. With the deepening of market processes, there is an expansion of its

organizational, economic, social and technological functions. The liberalization of foreign trade conditions after Ukraine signed the Association Agreement with the European Union had a significant impact on the dynamics of the wholesale turnover of agricultural products and food.

However, despite the positive trends in the development of wholesale trade in food products, the main organizational and functional principles of the activities of enterprises in this area are not yet sufficiently consistent with the requirements of the related spheres - production and retail. First of all, this is a consequence of the imperfect organizational structure, management system and economic mechanism of the functioning of wholesale trade enterprises. As a result, they do not fully satisfy the needs of retail trade regarding the assortment, volume and cost of food products; do not provide effective marketing research, rational interregional distribution of products and optimal product promotion.

Keywords: wholesale trade, business analysis, food safety, wholesale network turnover, dairy products, trade balance.

Стаття надійшла до редколегії 18.05.2023
Прийнята до друку 29.06.2023