
Аналіз українського ринку овочів в умовах війни

Ольга Володимирівна Семенда

кафедра маркетингу, Уманський національний університет садівництва, м.Умань, Україна

ORCID: 0000-0002-6690-645X

Ірина Іванівна Корман

кафедра маркетингу, Уманський національний університет садівництва, м.Умань, Україна

ORCID: 0000-0003-1743-1213

Для цитування цієї статті:

Семенда Ольга Володимирівна, Корман Ірина Іванівна. Аналіз українського ринку овочів в умовах війни. International Science Journal of Management, Economics & Finance. Vol. 3, No. 1, 2024, pp. 72-80. doi: 10.46299/j.isjmef.20240301.07.

Надійшла до редакції: 02 січня 2024 р.; **Схвалено:** 31 січня 2024 р.;

Опубліковано: 01 лютого 2024 р.

Анотація: Найбільш актуальною глобальною проблемою, з якою сьогодні стикнулося цивілізоване суспільство на тлі військової російської агресії, є забезпечення людства продовольством. У статті проведений комплексний аналіз українського ринку овочів в умовах війни, проаналізовано вплив воєнних дій на галузь овочівництва. Здійснене дослідження аналізує внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на виробництво та збут овочів. Зроблено висновки та рекомендації щодо стратегій управління в умовах нестабільності та запропоновані підходи для аграрних підприємств, спрямовані на максимізацію ефективності та адаптацію до змін в економічному та соціальному середовищі. Ця стаття є джерелом інформації для фахівців галузі та дослідників, які цікавляться впливом воєнних конфліктів на сільськогосподарські ринки.

Ключові слова: сільське господарство, війна, виробництво, овочі, маркетинг, споживач, ринок, ціни, стратегія.

1. Вступ

Повномасштабна війна в Україні, розв'язана Росією у 2022 році, спричинила значні збитки для економіки країни. Сільське господарство і, зокрема, галузь овочівництва зазнали істотного негативного впливу військових дій та окупації територій.

Основні регіони вирощування овочів опинилися в зоні активних бойових дій або тимчасово окуповані. Це призвело до скорочення обсягів виробництва, порушення логістичних ланцюгів, втрати експортного потенціалу. В умовах воєнного стану та економічної кризи відбуваються структурні зміни на ринку овочів, що вимагає відповідного коригування маркетингових стратегій гравців ринку.

Недостатньо дослідженими залишаються питання аналізу поточної ситуації на ринку овочевої продукції та перспектив його розвитку з урахуванням наслідків війни та як наслідок економічної кризи в Україні.

2. Об'єкт дослідження

Об'єктом дослідження є український ринок овочів, який зазнав значних змін через військовий конфлікт. У 2022 році в Україні зібрали на 24,4% менше овочів, у порівнянні з 2021 роком. Великі підприємства здебільшого скоротили виробництво (75%) або взагалі зупинили роботу. Україна експортувала овочі до 96 ринків, але після російського вторгнення в Україну ситуація змінилася. Задля забезпечення внутрішніх потреб населення держава призупинила експорт соціально важливих продуктів, в т.ч. і овочів.

Окупація регіонів вплинула на обсяги виробництва овочів. Основними проблемами у період війни для українського аграрного сектору є: окупація українських територій, розрив логістичних ланцюгів всередині країни, так і назовні, зменшення обсягу внутрішнього ринку та зниження купівельної спроможності українського населення, недостатність ресурсів для сільськогосподарського виробництва, проблеми з робочою силою та крадіжки української сільськогосподарської техніки і продукції.

3. Мета дослідження

Метою статті є комплексний аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку ринку овочевої продукції в Україні з урахуванням впливу війни та економічної кризи.

Отримані результати дослідження дозволять оцінити вплив негативних чинників на галузь овочівництва та розробити обґрунтовані рекомендації для виробників і постачальників овочевої продукції щодо формування ефективної маркетингової стратегії в сучасних умовах.

4. Аналіз останніх досліджень

Питанням дослідження ринку овочів та організації маркетингу в цій сфері присвячено наукові праці багатьох вчених. Серед них можна виділити внесок таких науковців: Логоша Р.В., Мазур К.В., Кричковський В.Ю. [1] - досліджено спектр основних проблем розвитку маркетингової діяльності на ринку овочевої продукції в умовах трансформаційних змін. Карпенко Л.Ф. [2] - досліджено кон'юнктуру ринку продукції органічного походження. Чередніченко О.О., Чайка Є.А. [3] - визначено тенденції рівня економічної ефективності вітчизняної галузі овочівництва. В праці Рудь В.П. [4] встановлено основні проблеми розвитку овочепродуктового підкомплексу, визначено напрями стабілізації та підвищення ефективності функціонування у перспективі. Амонс С.Е., Красняк О.П. [5] – обґрунтовано напрями ефективного розвитку галузі овочівництва з урахуванням потреб населення країни в овочах та продуктах їх переробки. Яцишина Л.К. [6] – визначено стратегічні пріоритети розвитку плодоовочевого ринку України. Сало І.А. [7] – охарактеризовано особливості розвитку вітчизняного ринку овочів, спрогнозувано його кон'юнктуру. Захарчук О.В. [8] - проаналізовано стан та тенденції розвитку світового ринку овочів та обґрунтовано напрями посилення конкурентних позицій в ньому України. Галат Л.М. [9] - особливості ринку свіжих овочів в Україні. Крикунова В.М, Аверчева Н.О. [10] - визначені перспективні напрями розвитку овочепродуктового сектору і удосконалення пропозиції на овочевому ринку. Рожко Н. Я. - визначено пріоритетні напрями формування експортно-імпортних відносин на вітчизняному ринку овочів та фруктів за умов динамізації конкурентного середовища [11], визначено взаємозв'язок та протиріччя реалізації маркетингової та логістичної концепції у діяльності виробників овочів та фруктів, вплив маркетингових та логістичних заходів на формування конкурентоспроможності виробників цих товарів на ринку [12].

Більшість наявних публікацій стосуються аналізу ринку овочів до повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Дослідження в умовах війни обмежені через складність збору первинних даних, переважно це аналітичні огляди на основі експертних оцінок. Основна увага приділяється аналізу впливу війни на ланцюги постачання, логістику, експортний потенціал

галузі. Розглядаються проблеми руйнування інфраструктури, втрати земель та матеріально-технічної бази у південних регіонах. Відзначаються тенденції щодо формування нових центрів вирощування овочів у західних та центральних областях. Бракує комплексних досліджень ринку з аналізом всіх складових маркетингового середовища. Отже, існує потреба в проведенні ґрунтового аналізу українського ринку овочів з оцінкою впливу війни.

5. Методи досліджень

У даній статті для дослідження українського ринку овочів в умовах війни були використані такі методи: аналіз та узагальнення наукових публікацій з досліджуваної тематики - при написанні огляду літератури та виявленні прогалин у вивченні даної проблематики; статистичний аналіз - для аналізу динаміки цін на основні види овочів у 2021-2023 роках на основі офіційних статистичних даних; графічний метод - для наочного представлення динаміки цін на овочі у вигляді графіків; SWOT-аналіз - при вивченні внутрішніх сильних та слабких сторін, а також зовнішніх можливостей і загроз для овочепродуктового підкомплексу; PEST-аналіз - для дослідження впливу політичних, економічних, соціальних і технологічних чинників зовнішнього середовища; метод узагальнення - при формулюванні висновків за результатами дослідження; метод прогнозування - для розробки рекомендацій щодо маркетингової стратегії на ринку овочів в умовах війни.

6. Результати досліджень

На тлі російської агресії найбільш актуальною глобальною проблемою є забезпечення продовольством. Україна має значний потенціал у цьому, обсяг овочевого ринку оцінюється на рівні зернового. Через часткову окупацію деяких областей втрачено понад 40% комерційного виробництва цибулі ріпчастої та до 30% комерційного виробництва моркви. Щодо таких культур, як картопля, столові буряки та білоголова капуста, то їх виробництво на тимчасово окупованих територіях не є настільки вагомим. Водночас на заході та в центрі України збільшили площі посадки овочів «борщового набору», щоб компенсувати їх нестачу через тимчасову окупацію південних областей та бойові дії в інших регіонах. Також у багатьох областях населення забезпечували безкоштовним насінням овочів [13, с.11].

Війна в Україні справила руйнівний вплив на виробництво овочів та сільське господарство загалом. Військові дії створили загрозу безпеці сільськогосподарських працівників та ланцюгів постачання продукції. Бої на територіях, де вирощують овочі, призвели до знищення посівів та інфраструктури. Вимушена евакуація населення з сільськогосподарських регіонів зменшила робочу силу, що негативно позначилося на виробництві. Руйнування іригаційних систем, складів та транспортної інфраструктури ускладнили процес вирощування овочів. Обмеження доступу до пального, добрив та насіння знизили врожайність та якість продукції.

Овочевий сезон 2022 року став найважчим в новітній історії України. Російське вторгнення радикально змінило ситуацію в галузі. Напередодні війни площа під овочами становила понад 3,3 млн га, з них під картоплею - 1,28 млн га, овочами - 452,8 тис. га.

Український ринок овочів у 2023 році продовжував функціонувати в умовах війни. Цей рік можна назвати періодом адаптації бізнесу: паніка вщухла, виробники розробили стратегії оптимізації, робота в екстремальних умовах стала рутиною. Активно тривала передислокація виробництва з окупованих південних регіонів на північ та захід країни. Цей процес супроводжувала висока волатильність цін через ситуацію як на внутрішньому ринку, так і за кордоном. Водночас в українських господарствах лишався дефіцит робочої сили, особливо кваліфікованої, невелика кількість споживачів на внутрішньому ринку та їх низька платоспроможність. Незважаючи на збільшення площ окремих овочевих культур, загалом ринок скорочувався, за деякими позиціями відбувалося заміщення імпортом.

З березня 2022 по серпень 2023 Україна профінансувала іноземних виробників овочів на суму понад 550 млн доларів. Хоча імпорт зростав і до війни, але не так стрімко. Процес заміщення втрачених плантацій на півночі та заході йде дуже повільно [14].

Війна спричинила порушення ланцюгів постачання та логістики, що призвело до дефіциту деяких видів овочів та зростання цін на них. Через руйнування інфраструктури та складнощі з логістикою зросли витрати фермерів на транспортування та зберігання продукції, що також вплинуло на ціни. Ціноутворення на ринку овочів визначає доступність, якість та різноманітність продуктів для споживачів, а також має важливий соціальний та громадський вплив на їхнє життя та здоров'я. Середні ціни на «борщовий набір» за період 2021-2023 рр. представлені в таблиці 1.

Таблиця 1. Середні ціни на «борщовий набір» за період 2021-2023 рр., грн/кг [15]

Показник	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Морква	9,91	22,6	36,4
Буряк	10,3	19,8	13,5
Картопля	10,6	11,2	11,6
Капуста білокачанна	7,5	23,4	22,2
Цибуля ріпчаста	8,9	24,3	39,7

Динаміку цін в розрізі кожної культури зображено на рисунках 1-5 [16].

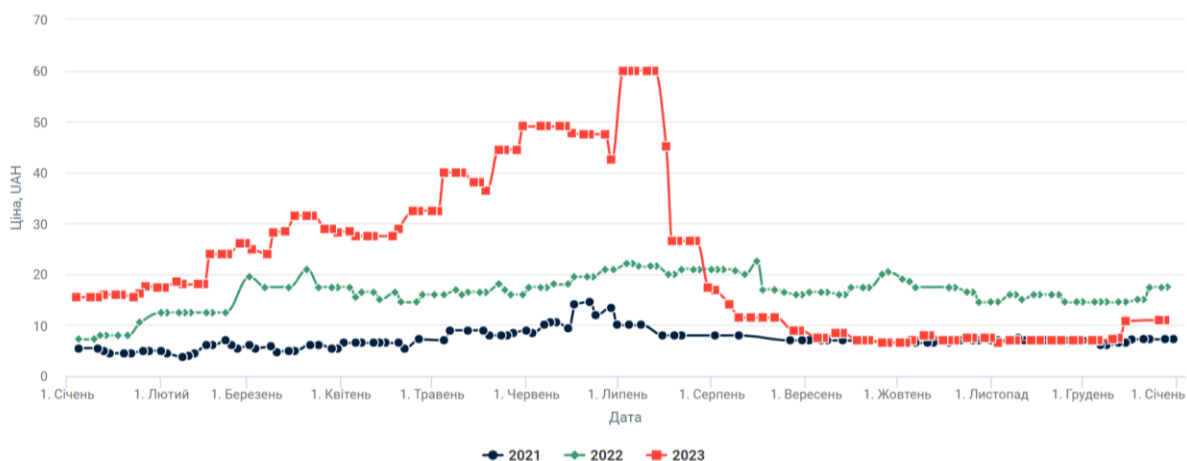


Рис. 1. Динаміка цін на моркву у період 2021-2023рр.

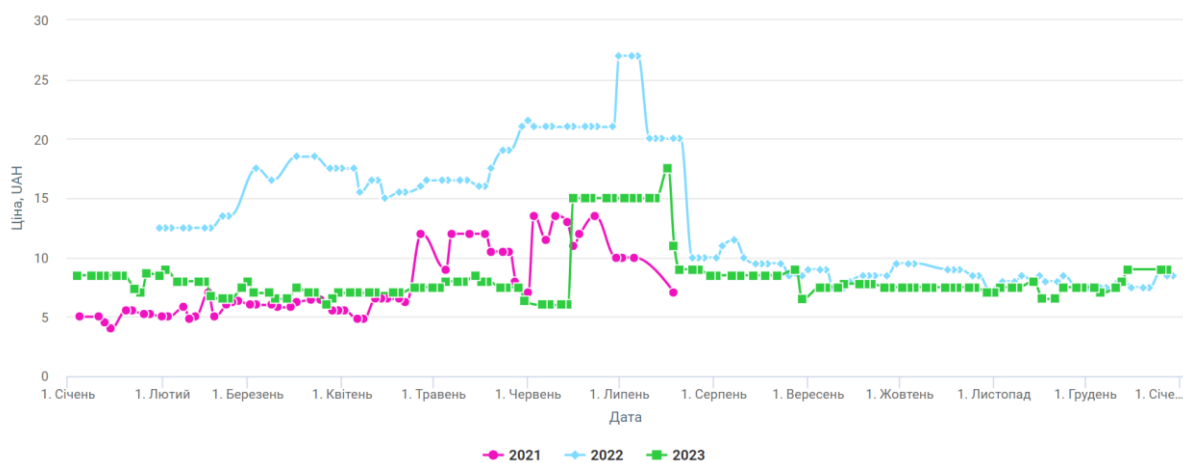


Рис. 2. Динаміка цін на буряк у період 2021-2023рр.



Рис. 3. Динаміка цін на картоплю у період 2021-2023рр.



Рис. 4. Динаміка цін на капусту білоголову у період 2021-2023рр.

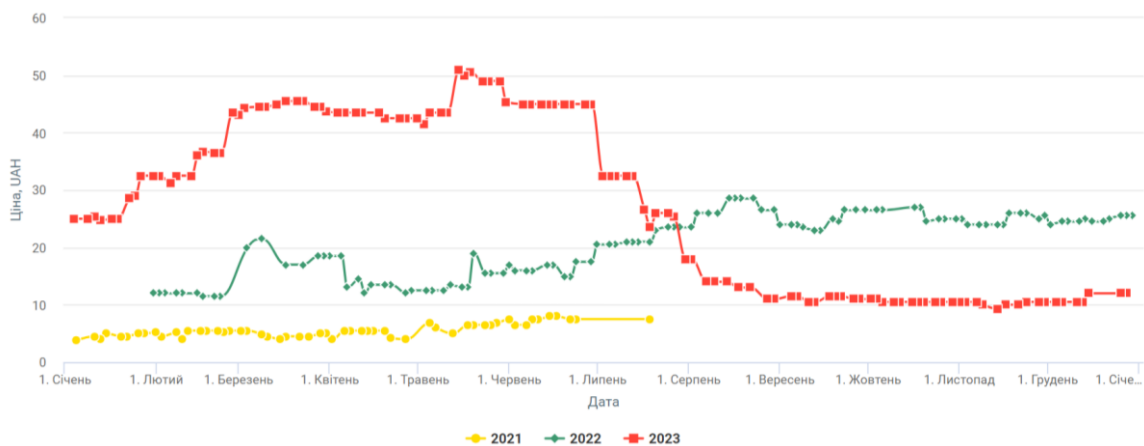


Рис. 5. Динаміка цін на цибулю ріпчасту у період 2021-2023рр.

Можна зробити висновок, що ціни на основні овочі в Україні значно зросли у 2022 році порівняно з попередніми роками. Найбільше зростання цін спостерігалось на моркву та буряк (приблизно 30%), трохи менше на капусту (25%) та цибулю (20%). Найменше зросли ціни на картоплю (15%).

В 2023 р. в Україні не було суттєвого дефіциту овочів, тому що багато фермерів переорієнтували частину сільськогосподарських угідь на овочівництво. Багато підприємств також переїхали з постраждалих регіонів. Загалом регіони України мають великий потенціал для вирощування овочів, однак для повної компенсації втрат обсягів врожаю знадобиться 2-3

роки, адже окрім вирощування овочів необхідно побудувати інфраструктуру для зберігання та зберігання. сортування.

SWOT-аналіз є ефективним інструментом стратегічного управління, який дозволяє визначити внутрішні та зовнішні фактори впливу на організацію. В умовах війни аграрні підприємства овочепродуктового сектору можуть зазнавати значних викликів і ризиків. Розглянемо, SWOT-аналіз, він може бути актуальним в цьому контексті (табл. 2)

Таблиця 2. SWOT-аналіз овочепродуктового підкомплексу

	Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Внутрішні фактори	<ul style="list-style-type: none"> - сприятливі ґрунтово-кліматичні умови для вирощування овочів в багатьох регіонах України - наявність кваліфікованих кадрів та досвіду виробництва овочів - потенціал для розвитку органічного виробництва овочів - можливість задовольнити внутрішній попит на овочі 	<ul style="list-style-type: none"> - руйнування інфраструктури та логістичних ланцюгів через війну - скорочення посівних площ під овочі через бойові дії - зростання цін на паливо, добрива та засоби захисту рослин - нестача робочої сили у зв'язку з мобілізацією та вимушеною міграцією - обмежений доступ до кредитних ресурсів
	Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Зовнішні фактори	<ul style="list-style-type: none"> - збільшення експорту овочів до країн ЄС - розширення внутрішнього ринку за рахунок заміщення імпорту - державна підтримка галузі шляхом субсидій та пільгових кредитів - розвиток сучасних технологій вирощування та зберігання овочів - підвищення продуктивності за рахунок кращого насіння та агротехніки 	<ul style="list-style-type: none"> - продовження війни і активних бойових дій - руйнування об'єктів інфраструктури внаслідок обстрілів - мінування сільськогосподарських угідь - нестабільність цін та попиту через економічну кризу - посилення конкуренції з боку імпорту овочів з ЄС

На основі проведеного SWOT-аналізу можна зробити такі висновки, про те що аграрні підприємства овочепродуктового сектора мають суттєві конкурентні переваги завдяки сприятливим природним умовам та наявним трудовим ресурсам. Водночас війна спричинила значні руйнування інфраструктури, порушила логістику і ланцюги постачання, що є слабкими сторонами галузі. Розширення експорту та внутрішнього ринку, державна підтримка, технологічна модернізація - це основні можливості для розвитку. Головні загрози - продовження бойових дій, нестабільна економічна ситуація, посилення конкуренції з боку імпорту. Необхідно мінімізувати вплив слабких сторін і загроз та максимально використати наявні сильні сторони і можливості для ефективного функціонування галузі.

PEST-аналіз є ефективним інструментом для вивчення впливу політичних, економічних, соціокультурних та технологічних факторів на ринок. Умови війни можуть внести серйозні зміни в ці аспекти. Враховуючи специфіку ринку овочів в Україні в умовах конфлікту, розглянемо вплив кожного з чотирьох аспектів PEST (табл. 3)

Таблиця 3. PEST-аналіз овочепродуктового підкомплексу

Політичні (political)	Економічні (economic)
<ul style="list-style-type: none"> - воєнні дії на сході країни - закриття доступу до ринків Донбасу та Криму - підвищені ризики постачання з тимчасово окупованих територій - вплив санкцій проти Росії на логістику та 	<ul style="list-style-type: none"> - зростання цін на паливо, добрива, транспортування - девальвація гривні - зниження купівельної спроможності населення

експорт - державна підтримка АПК в умовах війни	- втрата ринків збуту на сході та в Криму - посилення конкуренції з імпортом
--	---

Продовження таблиці 3

<i>Соціальні (sociocultural)</i>	<i>Технологічні (technological)</i>
- зміна споживчих переваг через війну - зростання попиту на дешеві та тривалого зберігання овочі - підвищена увага до вітчизняних виробників - збільшення продовольчих потреб переселенців - погіршення демографічної ситуації	- необхідність модернізації виробництва та логістики - впровадження інноваційних агрокультур та сортів - розвиток тепличних господарств - зростання попиту на органічну продукцію - використання digital-технологій для просування

Воєнні дії на сході України призвели до втрати доступу до ринків збуту в Донецькій та Луганській областях, анексія Криму також закрила можливості експорту овочів до цього регіону. Це негативно вплинуло на обсяги виробництва та продажів. Водночас введення санкцій проти Росії ускладнило логістику та експорт овочів до цієї країни. З іншого боку, український уряд надає фінансову підтримку агропромислому комплексу для стабілізації ситуації.

Через підвищення цін на пальне та добрива зросли витрати на виробництво і транспортування овочів. Девальвація гривні та зниження доходів населення призвели до зменшення попиту на дорогі овочі. Водночас посилилася конкуренція з боку дешевого імпорту з ЄС, Туреччини, Єгипту. Це ставить під загрозу рентабельність вітчизняних виробників овочів.

Через війну змінилися споживчі переваги українців. Зріс попит на недорогі та тривалі в зберіганні овочі. Також спостерігається тенденція до підтримки місцевих виробників. Збільшилася кількість внутрішніх переселенців зі Сходу, які потребують харчування та продуктів. Водночас погіршилася демографічна ситуація через людські втрати на фронті.

Існує нагальна потреба модернізації виробництва і логістики овочів в Україні. Також актуальним є впровадження інноваційних сортів і технологій, розвиток теплиць. Спостерігається зростання попиту на органічну продукцію. Для просування все частіше використовуються digital-інструменти маркетингу. Ці фактори можуть значно варіюватися в залежності від конкретних обставин конфлікту та його впливу на різні сфери життя в Україні. Індивідуальні бізнес-плани повинні бути адаптовані до конкретних умов і вимог ринку овочів в даному контексті.

Для розробки маркетингової стратегії розвитку ринку овочів в Україні в умовах війни необхідно зосередитися на вітчизняних виробниках та постачальниках овочів. Рекламувати українські бренди та підтримувати місцевих фермерів. Врахувати логістичні обмеження через війну, залучати альтернативні канали доставки та розподілу овочів по регіонах. Проводити маркетингові заходи для підвищення обізнаності про переваги вживання свіжих овочів та їх важливість для здоров'я, особливо в стресових умовах війни. Використовувати digital-маркетинг та соцмережі для просування українських овочів, рецептів та корисної інформації про харчування. Запускати акції та знижки на українські овочі в роздрібних мережах, налагодити партнерства з супермаркетами. Акцентувати увагу споживачів на сезонних пропозиціях. Використовувати патріотичний маркетинг, підкреслюючи підтримку українського виробника.

7. Перспективи подальшого розвитку досліджень

Оскільки війна в Україні триває, а її наслідки будуть відчуватися ще довго, дослідження українського ринку овочів залишатиметься актуальним. Отже, існують значні перспективи подальшого вивчення цієї теми. Насамперед, необхідно проводити постійний моніторинг ситуації на ринку овочів - обсягів виробництва, експорту, імпорту, споживання, ціноутворення. Це дозволить відстежувати динаміку та тенденції подальшого розвитку ринку. Також важливо досліджувати поведінку споживачів овочевої продукції, зміну їхніх уподобань та моделей споживання в умовах кризи. На основі отриманих даних можна буде коригувати маркетингові стратегії. Потребують подальшого вивчення логістичні процеси на ринку овочів, пошук оптимальних ланцюгів постачання в умовах відновлення інфраструктури. Важливо аналізувати ефективність державної політики підтримки галузі овочівництва і розробляти рекомендації щодо її удосконалення.

Загалом, комплексні міждисциплінарні дослідження дадуть можливість отримати цілісне бачення розвитку ринку овочів в умовах поствоєнної відбудови економіки України.

8. Висновки

Аналіз українського ринку овочів в умовах війни відображає складні виклики та можливості, які стикаються аграрні підприємства у даному контексті. Необхідно активно працювати над відновленням та зміцненням інфраструктури для забезпечення ефективного транспортування та зберігання овочів. Сприятливі ґрунтово-кліматичні умови та потенціал для розвитку органічного виробництва надає переваги для позиціонування українських овочів як якісних та екологічно чистих продуктів. Необхідно активно шукати альтернативні джерела фінансування та розробляти стратегії управління цінними коливаннями для забезпечення стабільності виробництва. Важливо гнучко реагувати на зміни в економічному середовищі, адаптуючи стратегії маркетингу та продажу для збереження конкурентоспроможності.

Загалом, в умовах війни на українському ринку овочів виникає потреба в інноваційних підходах та стратегіях, які дозволять аграрним підприємствам пристосовуватися до змін у навколишньому середовищі та забезпечувати стабільність бізнесу.

Список літератури:

- 1) Логоша, Р.В., Мазур, К.В., Кричковський, В.Ю. (2021). *Маркетингове дослідження ринку овочевої продукції в Україні*: монографія. Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 344 с.
- 2) Карпенко, Л.Ф. (2022). Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку органічної продукції. *Підприємництво та інновації*, 23, 21-24. doi: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/23.4>
- 3) Чередніченко, О. О., Чайка, Є. А. (2022). Економічні аспекти виробництва овочів в Україні. *Економіка і управління бізнесом*, 13(3), 87-97. doi: [https://doi.org/10.31548/economics13\(3\).2022.74-83](https://doi.org/10.31548/economics13(3).2022.74-83)
- 4) Рудь, В.П. (2021). Овочівництво в системі продовольчого ринку: особливості, тенденції, перспективи. *Інноваційна економіка*, 3-4, 34-39. doi: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2021.3-4.5>
- 5) Амонс, С.Е., Красняк, О.П. (2021). Виробництво овочів в Україні: стан, проблеми та перспективи розвитку галузі. *Сільське господарство та лісівництво*, 20, 97-116. doi: <https://doi.org/10.37128/2707-5826-2021-8>
- 6) Яцишина, Л. К. (2019). Дослідження ринку овочів і фруктів в Україні. *Економіка та держава*, 2, 105–109. doi: [10.32702/2306-6806.2019.2.105](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.2.105)
- 7) Сало, І. А. (2021). Розвиток ринку овочів в Україні. *Економіка АПК*, 2, 41-48. doi: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202102041>.
- 8) Захарчук, О.В. (2018). Світовий ринок овочів та місце України. *Агросвіт*, 3, 3–7. Available at: http://www.agrosvit.info/pdf/3_2018/2.pdf
- 9) Галат, Л. М. (2019). Особливості ринку свіжих овочів в Україні. *Агросвіт*, 11, 35–44. doi: [10.32702/2306-6792.2019.11.35](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.11.35)

10) Крикунова, В.М., Аверчева, Н.О. (2020). Пріоритети та особливості формування пропозиції на ринку продукції овочівництва в Україні. *Вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини*, 29, 84-93. doi: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-29-17>

11) Рожко, Н. Я. (2020). Формування експортно-імпортних відносин на ринку овочів та фруктів. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Проблеми економіки та управління»*, 4(1), 83-92. doi: <https://doi.org/10.23939/semi2020.01.083>

12) Рожко, Н. Я. (2020). Особливості концепції маркетингу і логістики у функціонуванні суб'єктів ринку овочів та фруктів. *Економіка та держава*, 4, 141–145. doi: 10.32702/2306-6806.2020.4.141

13) Собкевич, О. В., Шевченко, А. В., Русан, В. М., Жураковська, Л. А. (2023). Пріоритети забезпечення стійкості промисловості й аграрного сектору економіки України в умовах повномасштабної війни: аналіт. доп.; за ред. Я. А. Жаліла. Київ: НІСД, 49с. doi: <https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2023.04>

14) Agrotimes (2023). Сезон надії. Available at: <https://agrotimes.ua/article/plodoovochivnyctvo-zakinchuye-2023-rik-yakuj-stvoryv-bagato-vyklykiv-dlya-vyrobnykiv/>

15) Мінфін. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/product-prices/beet/>

16) Динаміка цін на ринку Шувар (Львів, Україна). Available at: <https://info.shuvar.com/price>

Analysis of the Ukrainian vegetable market in the conditions of war

Olha Semenda

Department of Marketing, Uman National University of Horticulture, Uman, Ukraine
ORCID: 0000-0002-6690-645X

Iryna Korman

Department of Marketing, Uman National University of Horticulture, Uman, Ukraine
ORCID: 0000-0003-1743-1213

Abstract: The most pressing global problem faced by civilized society today against the backdrop of Russian military aggression is the provision of food for humanity. The article provides a comprehensive analysis of the Ukrainian vegetable market in the context of war, analyzes the impact of military operations on the vegetable industry. The study analyzes internal and external factors affecting the production and marketing of vegetables. Conclusions and recommendations on management strategies in an unstable environment are drawn and approaches for agricultural enterprises aimed at maximizing efficiency and adapting to changes in the economic and social environment are proposed. This article is a source of information for industry professionals and researchers interested in the impact of military conflicts on agricultural markets.

Keywords: agriculture, war, production, vegetables, marketing, consumer, market, prices, strategy.
