Розділ 5.
МАРКЕТИНГОВЕ ТА ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ПРОДОВОЛЬСТВА В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРАГНЕНЬ УКРАЇНИ

DOI: https://doi.org/10.32782/978-966-2384-21-5-10

5.1. *Копитко О.В.* Маркетинго-логістичний підхід до забезпечення ефективного функціонування оптових ринків аграрної продукції та продовольства

5.1.1. *Роль оптових ринків в системі оптової торгівлі в Україні та їх місце у руху аграрної продукції та продовольства*

В умовах євроінтеграції, незважаючи на війну РФ проти України, торговельна діяльність є однією з ключових галузей національної економіки. Набувши членства в ЄС, Україна може стати потужним гравцем на аграрному та продовольчому ринку Європи, що вимагає покращення функціонування його інфраструктури на основі маркетингу та логістики, які б дозволяли вже сьогодні розбудовувати наявні потужності під можливості України в майбутньому. Основним постачальником оптової торгівлі аграрною продукцією та продовольством є АПК України.

Агропромисловий сектор – один із локомотивів національної економіки України: галузь стабільно зростала до початку війни, щорічне зростання становило 5–6%, частка аграрного виробництва у ВВП становила 10%, а разом із переробкою – 16%. Торгівля агропродукцією та продовольством приносила Україні щорічно близько 22 млрд. дол. США та становила 41% усього експорту, що дозволяло успішно конкурувати на міжнародних ринках [1].

Проте у 2022 році через повномасштабне воєнне вторгнення РФ економіка України зазнала потужного удару. Зокрема, упродовж березня 2022 р. лише 17% підприємств продовжували працювати без обмежень, 30 % призупинили діяльність, понад 50 % співвітчизників втратили роботу, пошкоджено багато об’єктів інфраструктури внаслідок обстрілів і бомбардувань [2].

Оптова торгівля є одним із найважливіших напрямів сучасного суспільного розвитку держави: забезпечення продовольчої безпеки на основі діяльності вітчизняних виробників продовольства, їхньої економічної стійкості. У роботі [3, с.4] відмічається, що продовольчу безпеку слід розглядати як найважливішу складову національної безпеки країни. Як відомо з трактування Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН (ФАО) – світової організації, що опікується сільським господарством і продовольством, визначеним ще у 1996 році: «продовольча безпека гарантована у тому випадку, коли всі особи в будь-який час можуть задовольнити свої фізіологічні потреби, які необхідні для активного та здорового життя».

Падіння виробництва та зниження конкурентоспроможності товарів зазвичай призводить до інтервенції продуктів з-за кордону та ускладнює проблему збуту вітчизняних харчових продуктів. Це руйнує виробничий потенціал в АПК та зменшує державний рівень продовольчої безпеки.

В Україні споживання деяких видів продукції на 1 людину на рік ще не відповідають раціональним нормам, зокрема це м’ясо-молочна та плодоовочева продукція, риба та рибні продукти (*таблиця 5.1*). У цьому випадку оптова торгівля продовольством вирішує як соціальні завдання (якість, здорове та раціональне харчування населення, широкий асортимент та достатній обсяг продуктів), так і економічні проблеми (рентабельність, конкурентоспроможність), що є актуальним, враховуючи обмеженість економічних ресурсів у глобальних масштабах та зростання людських потреб.

Таблиця 5.1

Споживання харчових продуктів населенням України

Показник	Рівень споживання на 1 людину на рік, кг			% до нормативу
	норматив МОЗ	факт (2020 рік)	+/- до нормативу	
Хлібні продукти	101,0	**96,6**	-4,4	95,6
М’ясо та м’ясопродукти	80,0	**53,8**	-26,2	66,2
Молоко та молочні продукти	380,0	**209,1**	-170,9	55
Риба та рибні продукти	20,0	**12,4**	-7,6	62
Картопля	124,0	**134,0**	+10,0	108
Овочі та баштанні продовольчі культури	161,0	**164,0**	+3,0	101,8
Плоди, ягоди та виноград	90,0	**56,5**	-33,5	62,7
Олія	13,0	**12,3**	-0,7	94,6
Цукор	38,0	**27,8**	-10,2	37,1

*Джерело: Розраховано автором на основі [4, с.6-9]

Своєчасний та ефективний пошук рішень щодо усунення диспропорцій споживання харчових продуктів населенням України в умовах якісних перетворень економіки, цифровізації, впровадження енергоефективних технологій та модернізації виробничих фондів, інфраструктурних об'єктів повинен забезпечувати доведення матеріальних потоків від стадії виробництва до сфери споживання із збереженням якості продовольства.

Вищесказане підтверджується в роботі [5, с.29], де пропонується під продовольчою безпекою розуміти стан економіки держави, при якому на основі сталого функціонування аграрного сектору створюється оптимально-необхідний рівень фізичної та економічної доступу всіх верств населення до продуктів харчування. Отже, гарантування безпеки продукції на оптових продовольчих ринках здійснюється різними методами, основними виступають державне регулювання (економічні та адміністративні важелі) та ринкові методи управління, до яких належать логістика і маркетинг.

Необхідне та достатнє виробництво якісної харчової продукції, що відповідає вимогам конкурентоспроможності, безпосередньо залежить від ступеня економічної стійкості підприємств усіх галузей АПК, які використовують у виробництві матеріально-технічну базу та вітчизняну сировину. Поряд із традиційними методами та засобами виведення АПК на якісно новий рівень функціонування підвищується роль і значення маркетингу та логістики, що підтверджується в роботі [6]: на стан продовольчої безпеки негативно впливає: збій у глобальній логістиці, трансформація світового сільського господарства та зниження доходів населення.

Маркетинг і логістика забезпечують управління матеріальними та пов'язаними з ними потоками фінансових ресурсів та інформації і стають все більш затребуваними в галузях АПК. Особливо актуалізується потреба використання інструментарію логістики у збуті сільськогосподарської продукції, тобто у сфері обігу. Організація ресурсного забезпечення сільгоспвиробників та просування їх продукції на ринок на засадах маркетингу і логістики дає значний економічний, соціальний та екологічний ефект.

Питання забезпечення продовольчої безпеки у воєнний та післявоєнний час актуальні для реалізації основних положень економічної безпеки держави та розвитку механізмів економічної стабільності. Виробництво продовольства у достатній для задоволення потреб населення та формування його запасів, забезпечується зростанням продовольчої безпеки держави та немислиме без вітчизняних аграрних та переробних виробництв, які ефективно працюють на інноваційній основі за умови державного регулювання, із врахуванням можливості новостворених об’єднаних територіальних громад (ОТГ), цифровізації всієї економіки для можливості контролю усіх процесів виробництва та розширеного відтворення.

Комплексною програмою розвитку АПК та сільських територій Івано-Франківської області у 2021 році сформована інфраструктура аграрного ринку, зокрема, функціонують [7]: аграрна товарна біржа, *6* агроторгових домів, *59* оптових продовольчих та *47* оптових плодоовочевих ринків, *12* дрібнооптових ринків живої худоби та птиці. На теперішній час працює два оптові регіональні ринки сільськогосподарської продукції. Щодо інфраструктури для зберігання картоплі, овочів та фруктів, то в області функціонують *13* овоче- та *9* картоплесховищ, а для зберігання плодів наявні *4* фруктосховища – на 3,8 тис. тонн.

Для зберігання зерна використовуються *10* елеваторів загальною ємністю 528,1 тис. тонн. В області зареєстровано *52* кредитні спілки. Функціонує Асоціація кредитних спілок Івано-Франківщини, яка об'єднує *8* кредитних спілок. На Прикарпатті існує низка сприятливих передумов, зокрема, близькість кордону з ЄС, що створює додаткові переваги та можливості для розвитку ділового співробітництва між суб'єктами аграрного ринку області та їх європейськими партнерами, у тому числі щодо модернізації інфраструктури аграрного ринку.

Аграрний ринок належить до ринків з чистою (досконалою) конкуренцією, оскільки на ньому представлена велика кількість незалежних один від одного виробників однакової або подібної продукції і незначна кількість її покупців. За якісним критерієм, наявністю проміжних ланок між товаровиробником і покупцем аграрний ринок належить до поліцентричного, з надмірною кількістю посередників [8]. Цей ринок охоплює біржовий ринок сільськогосподарської продукції, оптові ринки, оптово-роздрібні ринки, аукціони, фірмові магазини сільськогосподарських підприємств, сільськогосподарські виставки та ярмарки, а також допоміжні елементи інфраструктури аграрного ринку (транспорт, складське господарство, зв'язок, системи цінового моніторингу, стандартизації, сертифікації, страхування тощо) [9].

Основу оптової торгівлі становлять оптові ринки аграрної продукції та продовольства і стан оптового продовольчого ринку має бути таким, щоб забезпечувався постійний гарантований доступ населення до необхідної кількості продовольства для підтримки високої якості життя. Безпосередні виробники сільськогосподарської продукції не мають можливості ефективно впливати на ціноутворення внаслідок монополізації ринку посередниками, що в кінцевому випадку позначається на рівні ринкових цін. Така ситуація свідчить про відсутність в Україні організованих каналів збуту з прозорими механізмами ціноутворення та слабкі інтеграційні зв'язки між товарними біржами та іншими організаційними елементами інфраструктури аграрного ринку.

Тому концепція формування системи оптової торгівлі аграрною продукцією та продовольством (*рисунок 5.1*) повинна забезпечувати доступ до оптових ринків аграрної продукції та продовольства доступ не тільки потужних гравців на аграрному ринку, а й дрібних товаровиробників агропродукції шляхом створення товаропровідних мереж на засадах кооперації, із залученням дорадчих служб, маркетинго-логістичних структур, страхових компаній, регулюючих структур із врахуванням

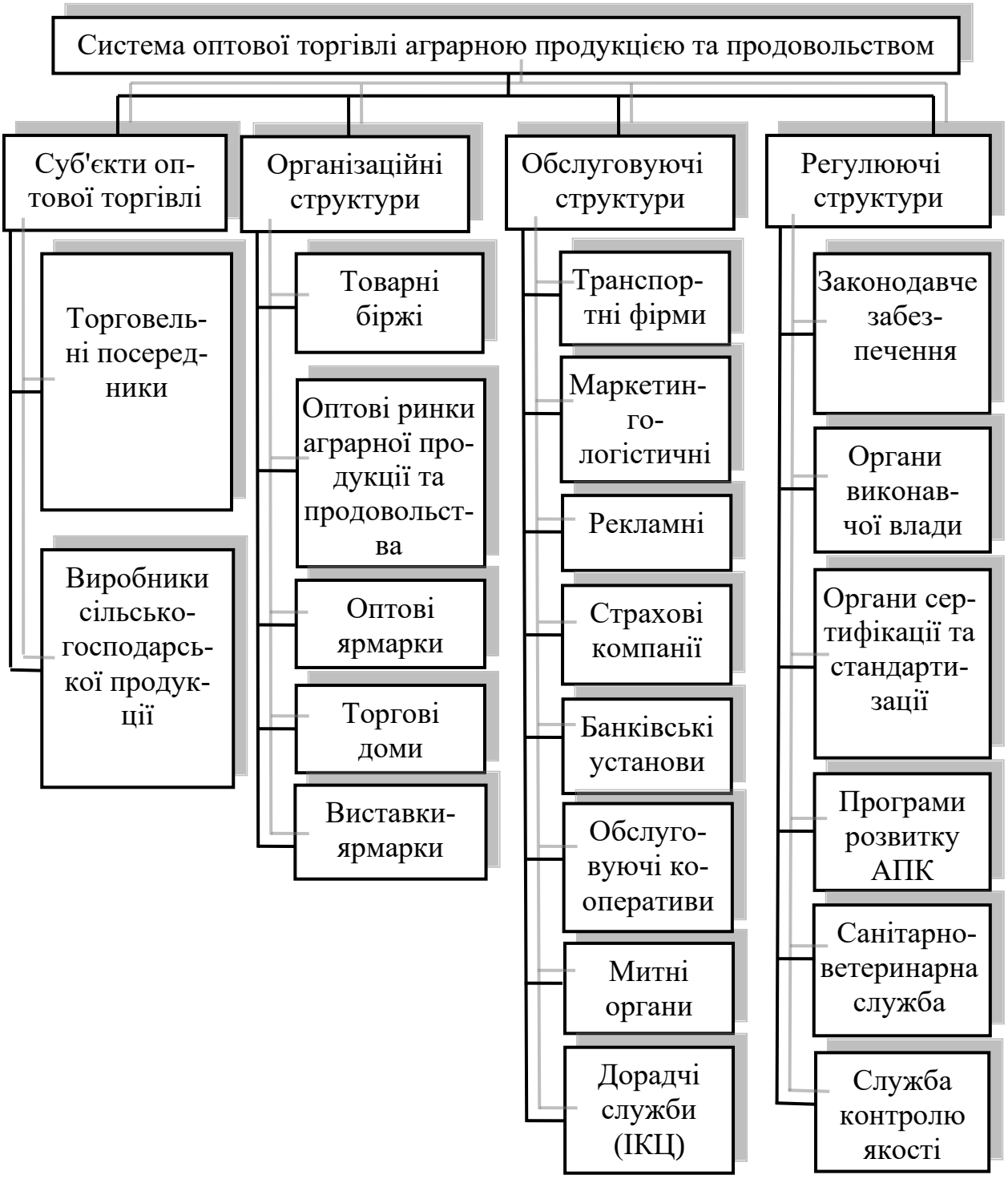

Рис. 5.1. Система оптової торгівлі аграрною продукцією та продовольством

транспортної складової, що впливатиме на узгодження інтересів усіх учасників цього процесу шляхом поглиблення організаційно-економічних зв'язків між виробниками і споживачами аграрної продукції і забезпечить формування обґрунтованих ринкових цін, які сприятимуть отриманню прибутків виробниками цієї продукції.

Своєчасний та ефективний пошук рішень щодо усунення диспропорцій логістичного забезпечення оптових ринків в умовах якісних перетворень економіки, цифровізації, впровадження енергоефективних технологій та модернізації виробничих фондів та інфраструктурних об'єктів забезпечує доведення матеріальних потоків від стадії виробництва до сфери споживання із збереженням основних властивостей. Серед базових можливостей маркетинго-логістичного забезпечення можна виділити процеси руху товару, функціонування транспортних комунікацій, розвиток складського господарства, організацію та планування матеріальних потоків.

Незважаючи на значну кількість товарних бірж, в Україні до цього часу не відбулося створення повномасштабного біржового аграрного ринку. Адже кількість бірж не гарантує ефективності їх роботи та не показує реальний стан розвитку біржового ринку в Україні. Склад учасників Національної асоціації бірж України не є постійним, на початок 2021 р. до складу НАБУ належала 21 біржа, з них 12 аграрно-промислових та аграрних. Із загальної кількості товарних бірж, які сьогодні обслуговують вітчизняний аграрний ринок, лише деякі з них заслуговують на увагу, оскільки основна частина всіх укладених контрактів зосереджена саме на цих біржах [10].

Отже, стан та тенденції сфер АПК потребують нових інноваційних підходів до комплексного соціально-економічного розвитку підприємств, формувань, галузей та територій регіонів України [11, с. 32]. Тому й виникає потреба в пошуку нових можливостей використання в Україні систем господарювання. Європейські орієнтири надають агропромисловому виробництву відповідний вектор розвитку та відкривають нові можливості для відродження сільського господарства, створюють додаткові порівняльні переваги на агропродовольчому ринку. Серйозним кроком з позиції поглиблення торговельних відносин між Україною та ЄС має стати Угода про зону вільної торгівлі, яка сприятиме наближенню вітчизняного АПК до європейських стандартів, адаптації його до Спільної аграрної політики ЄС та розширенню присутності на українському агропродовольчому ринку нових країн-членів ЄС [12, с.102].

Попри обмеження щодо візитів іноземних інспекторів до нашої країни, було погоджено міжнародні ветеринарні сертифікати на експорт продукції з України в 12 країн світу, зокрема: Албанію, Грузію, Домініканку, Ізраїль, Канаду, Кенію, Північну Македонію, Сінгапур, Сербію, Туреччину, Пакистан, Чорногорію.

У 2022 році збільшилася кількість підприємств-виробників продуктів тваринного походження, які мають право експорту своєї продукції на територію Європейського Союзу. Нині їх на 53 більше, ніж було на початок 2022 року. Для порівняння, за 2021 рік таке право отримали лише 23 підприємства. Ця позитивна динаміка у збільшенні кількості українських експортерів на європейський ринок є надзвичайно важливою в умовах отриманого Україною статусу країни-кандидата на вступ до ЄС. Зокрема, у 2021 році посіла 5 місце у світі зі 126 країн за обсягами імпорту органічної продукції до ЄС із часткою 6,6% від загального обсягу, а експортна виручка від продукції агропромислового комплексу становитиме близько 23,3 млрд USD [13].

На внутрішньому ринку ринок Столичний приєднався до Всесвітнього об'єднання оптових ринків (*WUWM*). Це унікальна платформа, що об'єднує 220 учасників – передусім оптові та роздрібні ринки свіжих продуктів. Представники цієї організації є у 46 країнах та забезпечують 50% світового товарообігу свіжих овочів та фруктів. Мета *WUWM* – постійна модернізація у харчовому секторі, що включає гарантування продовольчої безпеки, удосконалення ланцюжка постачання свіжих харчових продуктів та прагнення до таких систем харчування, які мінімально шкодять екології [14].

Враховуючи позитивні тенденції, не можна не відзначити, що у львівських супермаркетах уже нікого не дивує картопля з Польщі, Литви чи навіть Єгипту. Однак навіть на оптовому ринку "Шувар" близько 40% імпортної, 60% – української картоплі. З лютого місяця 2023 року українські виробники вже починають активніше продавати картоплю. Але через те, що в першій половині сезону притримували українську картоплю, імпорт виявився доволі значним. Тим паче що в Польщі був хороший урожай і досить низькі ціни [15].

Внутрішні інвестиції країн ЄС, які спрямовувалися на модернізацію економіки, насамперед, в агропромисловий комплекс, сприяли підвищенню ефективності всіх елементів аграрного сектору, оновлення матеріально-технічної бази, впровадження інноваційних технологій, модифікації виробництва та вдосконалення механізму виробничого потенціалу АПК України та її регіонів, що впливає на підвищення продуктивності праці, зокрема, на темпи економічного зростання загалом. Сфера обігу є одним із основних елементів регіональних та міжрегіональних економічних зв'язків. Логістична інфраструктура, включаючи транспортний сектор економіки, що визначає темпи зростання АПК України. В Україні до 2014 року формувалася транспортна інфраструктура, включаючи морський, залізничний та автомобільний транспорт, які в сукупності здійснювали більше половини всіх перевезень. Розвиток даної інфра-

структури є об'єктивною основою об’єднання виробництва, розподілу, обігу та споживання в єдиний відтворювальний ланцюжок. Отже, економічний потенціал АПК потребує оновлення складського господарства, транспортного сектору економіки, оптової та роздрібної торгівлі.

Світовий досвід функціонування та розвитку оптових ринків в індустріальних зарубіжних країнах дає підстави вважати, що оптові ринки сільськогосподарської продукції та продовольства є в даний час найбільш прийнятною та ефективною системою реалізації фермерської продукції в Україні, використовуючи сучасні системи розподілу. Такі ринки мають регіональний статус і розташовані у великих містах. Головною метою цих ринків є формування прозорого механізму ціноутворення, використовуючи маркетинго-логістичні ланцюги оптового продажу сільськогосподарської продукції та надання комплексних послуг і створення сприятливих умов для виробників і покупців на кооперативних засадах, впровадження сучасних технологій у зберіганні та забезпеченні стандартів організації оптової торгівлі, що впливає на якість продукції, рівень її кінцевої ціни й задоволення потреб як роздрібної торгівлі, так і кінцевих споживачів.

Конкуренцію оптовим ринкам сільгосппродукції складають супермаркети як оптові торговельні центри компаній, що пропонують асортимент з 50 000 найменувань продовольчої та непродовольчої продукції. Майже кожна країна, велике місто Європи, Австралії, Східної Азії, Північної та Південної Америки, Африки має оптові ринки. В Іспанії – це система підприємств “Меркса”, що об'єднує 22 ринки, у Франції – “Ронжі”, що є одним із найбільших ринків Європи. Через оптові ринки у Франції реалізується понад 50% м'яса великої рогатої худоби, 75% – овець, 20% – свиней. Частка торгівлі на оптових ринках у загальному обороті овочів досягає 50%. У Японії обсяги продажу продовольства на оптових ринках становлять 75% загального товарообороту, в тому числі морепродуктів – близько 85%. Торгівля на оптових ринках домінує порівняно з іншими каналами збуту продукції в усіх розвинених країнах світу [16, с.77].

Останніми роками українські агропідприємства підвищували врожайність, що дозволяло збільшувати експортну виручку від продажу аграрної продукції за кордон. Найбільші підприємства сектору: “Кернел”, МХП, “Нібулон”, “Сантрейд”, “Астарта”, “Ерідон”, “АДМ Україна”. На липень 2022 року в сховищах залишалося до 25 млн тонн пшениці та кукурудзи, які можна експортувати [17]. Зарубіжна практика підтверджує переваги та ефективність роботи великих оптових структур. Потужні незалежні оптові структури різних типів потенційно здатні суттєво покращити економічне становище за рахунок застосування ефективних схем руху товарів на основі використання сучасних маркетинго-логістичних рішень.

Досвід розвинутих країн свідчить, що оптова торгівля потребує державного втручання, адже існуюча система товароруху та кон'юнктури ринків продовольства в Україні та регіонах свідчить про недостатню допомогу держави і навіть нерозвиненість вітчизняної системи. Через це на регіональні ринки активно впроваджуються великі зарубіжні та вітчизняні (за участю капіталу країн ЄС) торгові фірми (Ашан, Метро, АТБ та ін.), які створюють свої збутові системи. Ці компанії зацікавлені в просуванні, як правило, імпортних товарів на український ринок.

Доступ дрібних товаровиробників сільгосппродукції матиме перспективу, якщо маркетинго-логістичні структури виступлять як координатори товароруху у переміщенні товарних потоків, налагодять взаємодію між підприємствами, забезпечать розвиток транспортних, складських та збутових процесів. Це впливатиме на узгодження інтересів усіх учасників шляхом поглиблення економічних зв'язків між виробниками і споживачами аграрної продукції і забезпечить формування обґрунтованих ринкових цін, які сприятимуть отриманню прибутків виробниками цієї продукції.

5.1.2. *Роль маркетингу і логістики у перевезеннях аграрної продукції на міжнародні ринки в сучасних умова*

В умовах військової агресії РФ на територію України, враховуючи те що Росією заблоковані порти Чорного моря, залізниця відіграє визначну роль у перевезеннях експортної вітчизняної сільськогосподарської продукції. Слід зазначити й те, що російська блокада загрожує глобальній продовольчій безпеці, створюючи гостру потребу в альтернативних транспортних маршрутах, адже Україна є найбільшим експортером соняшникової олії (50% світового експорту), третім за величиною експортером ріпаку (20%) та ячменю (18%), четвертим експортером кукурудзи (16%) та п'ятим експортером пшениці (12%). Тому Європейська комісія у 2021 році спланувала довгострокові заходи щодо покращення поєднання транспортної інфраструктури України з ЄС. Близько 20 млн. тонн зерна покинули Україну менш ніж за три місяці, використовуючи інфраструктуру ЄС.

Доцільно відзначити, що у 2020 році аграрна продукція залишалася основою зовнішньої торгівлі України. Частка цієї продукції та продовольства у загальних обсягах українського експорту склала 45%, або 22,2 млрд $. Тому важливо координувати та оптимізувати логістичні ланцюжки, створювати нові маршрути та уникати, наскільки це можливо, вузьких місць. Із виходом з ладу українських портів бачимо вирішальну роль залізничного транспорту як для українського суспільства, так і світової економіки [18].

Отже, однією з основних складових аграрного сектору АПК, що забезпечує доставку аграрної продукції на продовольчі ринки є залізничний транспорт. Оптимізація функціонування транспортних послуг неможлива без модернізації наявних і будівництва нових сучасних транспортних вузлів. Значною мірою актуальність цієї проблеми обумовлена тимчасовою втратою Україною низки найважливіших перевантажувальних комплексів у портах Чорного моря, що забезпечували переробку вітчизняних зовнішньоторговельних вантажопотоків.

Запущений влітку 2022 року контейнерний термінал "Мостиська" має абсолютно нові вантажні машини, які називаються річ стакерами, і 3 власні тепловози. Вони найбільші в Україні за спроможністю підіймання вантажу. Поява такого терміналу – це поява доступу до світової логістики для власників вантажів у цьому регіоні. Термінал має довжину колії, яка дозволяє ставити цілий потяг, що пришвидшує процес, дає можливість перевантажити за одну зміну декілька потягів [19].

З 25 березня 2023 року транспортували експортні/транзитні вантажі в напрямку портів Рені, Галац, Джурджулешт за значно коротшим маршрутом. Новий маршрут дозволить: збільшити обсяги перевезення 4-10 млн. тонн на рік; значно скоротити термін доставки експортних вантажів до портів на 4-6 діб; значно скоротити загальну вартість транспортування експортних вантажів на 10–35 доларів на 1 т залежно від вантажу та маршруту; значно зменшиться вартість транспортування імпортного пального та нафтопродуктів до України на $18-44 на 1 тонну. Загальна вартість зернової логістики у 2023 році повинна зменшитися на 10-20% у доларовому еквіваленті, також зменшаться сезонні коливання експорту [20].

Зменшення логістичних витрат вимагає узгодження дій вантажовідправників, перевізників, враховуючи блокування вітчизняних морських портів та інших учасників перевізного процесу впродовж усього логістичного ланцюга. Погашення пікових навантажень на залізничну транспорту систему може здійснюватися із застосуванням бімодальних технологій. Бімодальна технологія перевезення контейнерів базується на експлуатації спеціальних платформ, що транспортуються як з використанням автомобільної тяги, так і залізничною колією шляхом встановлення платформи на спеціальні візки. Вказана технологія має ряд переваг, основними з яких є наступні: можливість виконання вантажних операцій без використання традиційних вантажно-розвантажувальних механізмів та, як наслідок, зниження їх вартості [21].

Вищезгадане вказує на необхідність та економічну доцільність використання маркетингу та логістики при управлінні роботою вантажного терміналу. Застосування принципів логістики при управлінні всім виробничо-комерційним процесом дозволяє раціональним чином організува-

ти обслуговування суден на терміналах перевантажувального комплексу і отримати максимальний прибуток в умовах завдяки оптимальному розподілу наявних ресурсів і адаптації виробничої логістичної системи до зовнішніх умов, що змінюються.

Відповідно до цього, на думку авторів статті, розвиток транспортно-логістичної інфраструктури (ТЛІ) підприємств залізничного транспорту (ПЗТ) має відбуватися на основі комплексного вивчення вимог та запитів споживачів та постійного моніторингу змін на ринку транспортно-логістичних послуг. При цьому маркетингова складова даного підходу реалізується у взаємозв'язку між параметрами та структурою об'єктів ТЛІ ПЗТ, забезпеченні їх відповідності вимогам та запитам споживачів транспортно-логістичних послуг, а логістична – в скоординованому формуванні об'єктів ТЛІ та реалізації логістичних технологій обслуговування [22, с.12].

Враховуючи те, що будівництво терміналів вимагає високих капітальних витрат, воно доцільне лише за наявності гарантії його ефективної експлуатації, яка може бути забезпечена раціональною системою управління всім комерційно-виробничим процесом як єдиним цілим. Ця вимога може бути реалізована за допомогою комплексного застосування інструментаріїв, що пропонуються такими науками як логістика, маркетинг. Планування організації нових транспортно-логістичних систем [23] доцільно здійснювати виходячи з того як змінюватиметься структура виробництва в аграрному секторі АПК. Наприклад, для того щоб зменшити експорт зерна, можна збільшити поголів'я ВРХ (великої рогатої худоби), чим збільшити виробництво м'ясо-молочної продукції і збільшити споживання зерна в Україні.

Війна в Україні спричинила серйозний шок на товарних ринках, змінивши світові моделі торгівлі, виробництва та споживання, і буде утримувати ціни на історично високих рівнях до кінця 2024 р. За прогнозами аналітиків Світового банку, ціни на енергоносії у 2022 році зростуть на понад 50% і лише протягом 2023-24 років дещо вирівняються. На майже 20% цьогоріч зросте вартість сільськогосподарської продукції та металів.

Система перевезень зерна залізницею повинна характеризуватися індивідуалізацією вимог до елементів логістичних систем, що дозволяє досягнути максимальної відповідності до потреб споживача, прикладом чого є створення спеціалізованих транспортно-технологічних систем (ТТС), щоб визначити ключові точки навантаження та зміни колії, щоб максимізувати пропускну спроможність і залучати мобільні зернонавантажувачі для місць навантаження. Тому схема управління логістичним процесом доцільно спрямовувати на адаптацію функціонування логістичної системи до зовнішніх умов, що змінюються, основними з яких є відображення

інтересів суб'єкта управління та наявність чутливості до змін параметрів, що залежать від прийнятих рішень.

Маркетинговий підхід до організації вантажних перевезень, тобто послуг, тісно пов’язаний із логістичною оптимізацією та управлінням системами вантажопотоків, тобто йдеться про інформацію маркетингу та логістики, функції яких органічно поєднуються в спільні технології. Ці технології вимагають системних маркетингових досліджень транспортного ринку, цінової політики, логістичної оптимізації витрат у розподілі вагонопотоків, які повинні задовольняти попит клієнтів [24, с.91].

З початком великої війни через блокування морських портів вартість логістики зросла у 5–6 разів. Якщо до 24 лютого 2022 року логістичні витрати на тонну зерна з центрального регіону до портів Одеси становили близько 30 доларів, то зараз вартість логістики до портів сусідніх країн сягає 170-180 доларів. При цьому збільшення логістичних витрат багато в чому пов’язане саме із залізничними перевезеннями всередині України. Так, загалом, після початку війни логістичні витрати виключно на користування та перевезення зерновозами УЗ підвищилися до 85 доларів США на тонну, або ж в 4 з половиною рази більше порівняно з ситуацією до 24 лютого 2022 року.

Український експорт сільськогосподарської продукції під час війни багато в чому залежатиме від продовження дії “зернової угоди”. Незважаючи на різке зниження обсягів транспортної роботи, що відбулося в останнє десятиліття, залізничний транспорт зберіг своє провідне становище в загальнотранспортному балансі вантажних перевезень нашої країни і продовжує залишатися найбільш стабільним і привабливим для більшості вантажовласників видом транспорту. Для подальшого збереження цієї привабливості необхідне створення прийнятної системи тарифоутворення на послуги перевезення, що впливає на вартість логістики [25-26]; зменшення вартості користування зерновозами; покращення системи планування перевезень Укрзалізницею.

Слід відзначити також, що прогнозування попиту перевезення вантажів ускладняється тим, що обсяг і структура попиту залежить від сукупності економічних, технологічних, соціально-політичних, природних чинників і кон’юнктури транспортного ринку (рівня ринкових цін, платоспроможності споживачів, їх географічне розташування тощо). Тому прогнози попиту перевезення повинні базуватися на аналізі (як якісному, так і кількісному) закономірностей процесу його формування та виявленні властивих цьому процесу найбільш характерних тенденцій.

Ще перед початком війни відзначалося, що перед аграріями стояло питання: що краще експортувати – готову продукцію чи сировину у вигляді зерна? Ці питання протягом останніх десятиліть досліджували всі

учасники сільськогосподарського сектору економіки. На думку експертів, українські сільгоспвиробники можуть привести свою продукцію до норм міжнародних стандартів й у перспективі частка експорту готової продукції буде значно більшою [27, с.65].

Враховуючи особливості транспортування зерна доцільно використовувати сучасні технології вантажно-розвантажувальних робіт та здійснення перевалки вантажів на спеціалізованих терміналах, будівництво ділянок з європейською колією, а також організації системи управління виробничо-комерційним процесом на основі системного підходу, що дозволяє розглядати перевантажувальний комплекс як цілісну логістичну систему. Держава має створити умови для досягнення прийнятних економічних результатів, оскільки ціни на енергоресурси й продовольство у світі через війну РФ проти України будуть зростати до кінця 2024 року й досягнуть максимуму.

Збільшення українського експорту та розширення ринків збуту продукції значною мірою залежить від застосування інструментів маркетингу в аграрних холдингах, що забезпечують експорт продукції. Рівень розвитку виробництва зерна є однією з найважливіших характеристик економічної самостійності та добробуту країни, регіонів. Саме цим визначається стратегічне значення та роль зерна як найціннішого продукту харчування, сировини для зернопереробної промисловості та основного компонента кормів для тваринництва. Обсяг виробництва зерна перевищує внутрішні потреби країни, експорт сприймається як один із пріоритетних напрямів зовнішньоекономічної діяльності.

Широке залучення маркетингових технологій при експорті продукції наразі дозволяє підвищити ефективність збутової діяльності; забезпечити оптимальне використання сільськогосподарських ресурсів; спрогнозувати короткострокові та довгострокові стратегії розвитку [28]. Тому, за загального визнання пріоритетності зернового господарства в економіці АПК, багато питань його розвитку не знаходять належної державної підтримки та регулювання. Незбалансованість розподільчих ринкових механізмів та інфраструктури призвели до диспропорції у розвитку продовольчого ринку і до перерозподілу значної частки прибутку на користь торговельно-посередницьких структур. Отже, тут необхідні принципово інші підходи до питань логістики та маркетингу, інвестиційної, цінової та фінансово-кредитної політики для розвитку відносин продуктообміну, здійснення ефективних заходів державної підтримки та регулювання.

До ключових напрямків удосконалення логістики вітчизняного бізнесу у період війни та після її закінчення доцільно віднести [29]: відмову від накопичення, зберігання товарів у значних обсягах; високий рівень динамічності складських умов; ускладнення логістичних операцій, по-

довження логістичних ланцюгів, їх диверсифікування / багатоваріантність; чітке орієнтування на споживача, прогнозування попиту та, відповідно, планування продажів, логістичних операцій тощо.

Упровадження цифрових технологій у логістичну діяльність великого бізнесу обумовлюють появу нових бізнес-моделей, формуючи сучасний погляд на логістику. Цифровізація дозволила компаніям приймати інтелектуальні, засновані на фактологічних даних, рішення для забезпечення якісного логістичного сервісу та розвитку клієнтоорієнтованості в корпоративних логістичних системах, що дало імпульс для розвитку їх здатності шукати обставини та пристосовуватися до змін через економічну ситуацію, сприймати зміни, результати спільної науково-дослідної діяльності. В економічній ситуації, що швидко змінюється, здатність шукати нові методи для досягнення конкурентоспроможності стає ключем до оптимізації логістичних процесів.

Сьогодні майже всі великі агропромислові підприємства холдингового типу в Україні активно інвестують та впроваджують цифрові рішення у власну діяльність. На всіх рівнях національного агропромислового виробництва є лідери з великим досвідом впровадження цифрових технологій і спостерігається чітка тенденція до подальшого зростання. У свою чергу здійснюється розробка цифрових програмних платформ, науково-методичне та інноваційне забезпечення виробничо-збутових процесів на всіх рівнях управління суб'єктами господарювання з розробкою відповідної методології прогнозування обсягів виробництва та збут продукції, що забезпечить перспективне прогнозування рівня продовольчої безпеки на державному рівні [30, с.396].

Вітчизняні агрохолдинги, маючи лідерські позиції в обсязі капіталу та інтелектуальних ресурсів, а також обсяг інвестицій на оптимізацію та вдосконалення бізнес-процесів, повинні забезпечити цифровізацію АПК, яка позитивно вплине на маркетинг і логістику перевезень агропродукції та продовольства. Тут доцільно розробити концептуальну модель розвитку цифрової транспортно-логістичної системи з урахуванням динамічних можливостей бізнес-структур, що обґрунтовує доцільність створення, інтеграції та використання внутрішніх та зовнішніх можливостей швидкої реакції на середовище, що змінюється.

Сучасна логістика характеризується індивідуалізацією вимог до елементів логістичних систем, що дозволяє досягти максимальної відповідності потребам споживача, прикладом чого є створення спеціалізованих транспортно-технологічних систем (ТТС). Тому доцільно розробити схему управління логістичним процесом, спрямовану на адаптацію функціонування логістичної системи до зовнішніх умов, що змінюються. Це необхідно для збереження і підвищення рівня конкурентоспроможності.

Слід реалізувати адаптацію принципів маркетингу до застосування в галузі транспортного сервісу.

Однак експорт через країни має певні особливості. Так, уже в 2023 році вибухнули протестами європейські фермери, які запевняли: через українське збіжжя вони втрачають заробіток. Згодом посипались і заборони від різних країн ЄС не тільки імпортувати, але й навіть провозити транзитом через їхню територію українські агропродукти. Із ситуації, яка склалась, можна зробити висновок, що польські компанії у цій ситуації інтересами своїх фермерів не переймалися і почали скуповували дешевше українське зерно, що й спричинило затоварення країни українською агропродукцією. Тому українським експортерам потрібно дуже чітко дотримувалися умов зернового транзиту. А збіжжя, яке планують відправити до третіх країн, не повинно продаватися у Польщі, Словаччині чи Румунії [31].

Одним із пріоритетів є можливі напрями збільшення вантажообігу: а) збільшенням чисельності вантажного вагонного парку (екстенсивний шлях) і б) підвищенням продуктивності вагонів і локомотивів (інтенсивний шлях). Ефективнішим слід визнати інтенсифікацію використання як рухомого складу (вагонів і локомотивів), так і шляхової інфраструктури залізниць. На вирішення цього головного завдання насамперед і має бути спрямоване тарифне регулювання та інші заходи щодо вдосконалення фінансово-економічних відносин у сфері залізничного транспорту.

З цією метою 12 травня 2022 р. Верховна Рада України прийняла Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо особливостей регулювання земельних відносин в умовах воєнного стану», яким передбачається, зокрема, спрощення виділення земельних ділянок для будівництва мультимодальних терміналів. Це дозволить створити сприятливі умови для розбудови транспортно-логістичної інфраструктури на західних кордонах України. Підвищення логістичного потенціалу передбачено наступним чином:

- розробка поетапного плану повного переходу на безпаперові технології супроводження залізничних вантажних перевезень із країнами ЄС;
- аналіз потенціалу збільшення інтероперабельності перевезень, використання можливостей інфраструктури колій європейського зразка 1435 мм, що прокладені на території України, та колій 1520 мм на території суміжних країн ЄС;
- аналіз можливості будівництва та використання на залізницях України інноваційних вагонів та спеціалізованих контейнерів [32, с.15].

Більшість перевізників мають замовлення і завантаженість на кілька місяців уперед, попит дуже високий. Бізнес багато часу приділяє пошуку нових логістичних можливостей. Оскільки значні площі сільськогосподарських земель заміновані, обговорюється питання створення окремої

організації під егідою Всесвітнього банку, яка б перестраховувала військові ризики, у тому числі транспортні. За прогнозними оцінками науковців Інституту аграрної економіки, частка Укрзалізниці в загальному обсязі перевезень зернових вантажів на експорт складала близько 62,3 % і для реалізації експорту необхідно: розвивати аграрну логістику через будівництво нових транскордонних терміналів на заході України та забезпечити доступ до портів Польщі та Литви на базі широкої залізничної колії; сприяти розвитку річкового експорту агропродукції та збереженню й підтримці аграрного сектору в умовах неповної роботи портів на рівні держави [33].

Розробка раціональної моделі реалізації перевізного процесу, що буде здійснюватися залізничним транспортом, дозволить приймати оптимальні рішення в організації як вантажно-розвантажувальних та різноманітних підготовчих операцій, так і ефективного управління процесом перевезення в цілому за існуючої багатоваріантності технічних, економічних, організаційних положень залізничного транспорту в реальному часі, враховуючи можливу зміну структури виробництва в аграрному секторі економіки. Цього можна досягнути завдяки можливості суттєвого маневрування наявними технічними можливостями у суб'єктів-учасників перевізного процесу, що володіють різними формами власності. Варто також виділити самостійну логістичну систему залізничного транспорту із загальної системи транспортної логістики, запропонувати основні напрямки ефективного здійснення логістичних операцій на ринку послуг залізничного транспорту, розробити основні методологічні засади більш тісної інтеграції вітчизняного ринку послуг вантажного залізничного транспорту в Транс'європейську транспортну мережу, що дозволить прискорити експорт аграрної продукції з України.

5.1.3. *Маркетинго-логістичний підхід до забезпечення доступу дрібнотоварних виробників до оптових ринків аграрної продукції та продовольства*

Перехід на парадигму соціально-економічного розвитку, орієнтованого на застосування інновації в різних галузях та окремих сегментах ринку, в тому числі продовольчого, набуває особливої актуальності та значущості. Однією з пріоритетних стратегічних цілей є досягнення та підтримання продовольчої безпеки, яка визначається як здатність держави, гарантована відповідним ресурсним потенціалом стабільно задовольняти потреби населення продуктами харчування в об'ємах, асортименті та якості, достатніх для повноцінного фізичного розвитку та соціального благополуччя. Активним регулятором відтворювального процесу у ланцюгу продовольчого забезпечення виступає оптовий продоволь-

чий ринок, що на державному й регіональному рівні реалізує економічні та соціальні функції. Стан і розвиток оптового продовольчого ринку залежить від результативності діяльності його суб'єктів господарювання, ресурсного потенціалу, зокрема: виробників аграрної продукції, підприємств харчової промисловості, імпорту, а також інфраструктури та ін.

Забезпечення ефективного функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції обумовлює необхідність застосування нових сучасних форм управління товаропотоками, враховуючи стан та зміни попиту та пропозиції на ті чи інші товари, розвиток матеріальних зв'язків. Це дає можливість максимально адаптувати сільськогосподарське виробництво до потреб ринку. Застосування маркетинго-логістичного підходу в системі оптової торгівлі аграрною продукцією є одним із чинників переходу до цивілізованого ринку в умовах перехідної економіки, що передбачає удосконалення існуючої системи управління рухом товарів. Це пов'язано з тим, що на сьогоднішній день не існує структурованої системи логістичного забезпечення на ринках сільськогосподарської продукції, оскільки велика кількість посередників працюють неузгоджено і не мають жодного стосунку до виробництва сільськогосподарської продукції [34**,** с.223].

Новий Закон «Про кооперацію», який набрав чинності у листопаді 2020р., створив можливість розвитку кооперативів, що об'єднують сотні й тисячі малих і середніх аграрних господарств, підвищення їх конкурентоздатності до рівня великих аграрних холдингів [35]. Цим законом врегульовано ключові питання створення та діяльності сільськогосподарських кооперативів в Україні в єдиному законодавчому акті, зокрема, відмову від жорсткого поділу сільськогосподарських кооперативів за типами на виробничі та обслуговуючі. Це дозволяє членам (засновникам) сільськогосподарського кооперативу самостійно обирати види діяльності: виробничий, обслуговуючий, переробний чи багатофункціональний, а також форму діяльності – з метою одержання прибутку чи без. Відповідно пропонується перехід до єдиної організаційно-правової форми – сільськогосподарський кооператив, який може функціонувати як прибуткова організація.

Стосовно логістики, найбільш вразливими у даному відношенні виявилися невеликі за розміром господарства, які спеціалізуються на вирощуванні овочів, зелені, деяких нішевих видів продукції та виробництві молока. Із введенням карантину проблема збуту продукції постала досить гостро, не всі товаровиробники виявилися готовими до логістичних проблем (транспортування виробленої продукції, її зберігання тощо). Свій відбиток наклала також відсутність складських приміщень, овочесховищ, холодильного обладнання для зберігання продукції, що значно поглибило проблему [36].

Досвід успішного функціонування оптових ринків за кордоном став доступним для вітчизняних аграріїв та підприємців. Торгівля на оптових ринках домінує порівняно з іншими каналами збуту продукції в усіх розвинених країнах світу. В Україні від початку війни і до осені 2022 р. було зареєстровано майже 150 тис. нових бізнесів, з яких 132 тис. – це фізичні особи підприємці (ФОП) переважно у сфері роздрібної та оптової торгівлі та понад 14 тис. юридичних осіб – компаній, переважно оптові торговельні фірми та такі, що надають соціальну допомогу. У рамках державної підтримки мікро-, малого та середнього бізнесу з грудня 2020 р. видано 14 570 кредитів на суму 44,15 млрд грн [37, с.152].

Новостворені ОТГ повинні були вирішувати проблему трудової міграції ще до війни. Збереження робочої сили та розвиток кадрового потенціалу може позитивно вплинути на зменшення безробіття у сільській місцевості. Мешканців слід залучати до сільськогосподарських кооперативів та інших структур аграрного сектору АПК. Як приклад [38], одному фермерові зі 100 га лобіювати свої інтереси важко, а коли є кооператив з 10 людей по 100 га землі, то вже можна розмовляти з мережею супермаркетів, адміністрацією ринку чи трейдером. Громада може виділити з загального бюджету суму, щоб кооператив обробив людям своєю технікою присадибні ділянки. Кооператив також зможе закуповувати городину, переробляти, організовувати всю подальшу реалізацію цієї продукції. Це дасть можливість ОТГ отримати додаткові прибутки.

У Закарпатській області – 906 000 жителів, вона найменша в Україні. Проте тут вже діють 28 ОТГ і до кінця року об’єднається ще низка громад. Тут є вдалі приклади проєктної роботи, проєкт створення центрів економічної активності та центрів економічного зростання – завдяки останньому 10 громад отримали близько 600 000 євро на створення 10 кооперативів. Одна з таких ОТГ - Глибоцька ОТГ. На кошти європейських донорів громада створила кооператив та збудувала нову сироварню «Добрі ґазди». У селі багато великої рогатої худоби, а отже, молока й молочної продукції [39].

Нині, в умовах політичного курсу на поглиблення реформування, децентралізацію влади та євроінтеграцію, суттєво зріс попит на застосування такого інструменту як сільськогосподарське дорадництво. Для задоволення потреб фермерських господарств в отриманні інформації щодо програм державної підтримки, якісних консультацій, зокрема, щодо технологій ведення сільськогосподарського виробництва, формування ланцюгів доданої вартості, створення та діяльності сімейних фермерських господарств та сільськогосподарських кооперативів надано послуги за напрямами: агрономія, ветеринарія, зоотехнія, бухгалтерський облік, маркетинг, юридичні консультації, розвиток сільського зеленого туризму. Надано дорадчі послуги 43 фермерським господарствам дорадчими

службами Вінницької, Дніпропетровської, Кіровоградської, Полтавської, Тернопільської та Харківської областей на загальну суму 286,6 тис. гривень. Станом на 01.01.2021 згідно з даними Реєстру сільськогосподарських дорадчих служб (далі – Реєстр) діють 30 дорадчих служб. Протягом 2020 року до Реєстру внесено *15* сільськогосподарських дорадчих служб, що удвічі більше порівняно з попереднім роком [40].

У роботі [41, с.58] проаналізована клієнтська база дорадництва, яка складається з домогосподарств, що самостійно обробляють власні ділянки, малих і середніх фермерських господарств та аграрних підприємств із розміром землекористування, що не перевищує 1 тис. га. Усі ці форми господарювання на сьогодні отримують інформацію на вторинному інформаційному ринку, у тому числі й від представників великого аграрного бізнесу. Для інформаційного забезпечення пропонується поєднання наявної інфраструктури класичного сільськогосподарського дорадництва та системи електронного дорадництва з супутніми інформаційно-освітніми сервісами, об'єднаними в пул вебресурсів. Таке рішення дозволить ефективно використовувати не лише пропоновані ресурси, а й долучати в перспективі у комплекс інші вебресурси на різних технологічних засадах інформаційного обміну та управління користувачами.

Новостворені ОТГ почали використовувати вебресурси, оскільки зрозуміли, що оптовий ринок є найважливішою ланкою в системі господарських зв'язків між учасниками ринку у сфері виробництва та обігу сільськогосподарської продукції, сировини та продовольства, яка сприяє вирішенню найважливішої проблеми вітчизняного товаровиробника – проблеми збуту виробленої продукції за оптимальними цінами. Так, на сайті Радивилівської територіальної громади Дубенського р-ну Рівненської області розміщено інформацію для виробників сільгосппродукції про те, що оптовий ринок сільськогосподарської продукції «Шувар», пропонує умови для швидкої реалізації виробленої аграріями сільгосппродукції [42].

Слід відзначити, що сфера оптового ринку агропродукції та продовольства перебуває в специфічному маркетинговому середовищі, має певні особливості, які принципово відрізняють її від інших галузей економіки. По-перше, це особливості виробництва та розподілу агропродукції, специфіка функціонування ринку, що має сезонний характер, залежність від природно-кліматичних умов і соціальна значущість; по-друге – особлива роль оптовика як маркетингового консультанта; по-третє – важливе місце оптовиків у територіальному перерозподілі матеріальних ресурсів (товарів). Тому стратегія товароруху має визначатися системно, з використанням сучасних технологій управління, зокрема логістичного підходу.

На функціонування автотранспортної системи активно впливають не тільки зовнішні, а й внутрішні чинники, які склалися під впливом

економічних, історичних, соціальних та інших процесів. До зовнішніх належать вплив ринкових механізмів господарювання, особливості функціонування автотранспортної системи, організаційно-правові відносини, соціальні умови, безпека руху, інновації, маркетингові та логістичні чинники. До внутрішніх – інфраструктура, трудові ресурси, фінансові ресурси, купівельна спроможність населення, екологічна ситуація [43, с.100].

Не можна не відзначити вплив на ціноутворення на оптових ринках транспортної складової (*рисунок 5.2*), де подано суб'єкти транспортного ринку в АПК. Реалізацією сільгосппродукції з автотранспорту на оптових ринках займаються зазвичай приватні перевізники або посередники, а переробні підприємства мають свої торговельні павільйони й транспортні засоби.

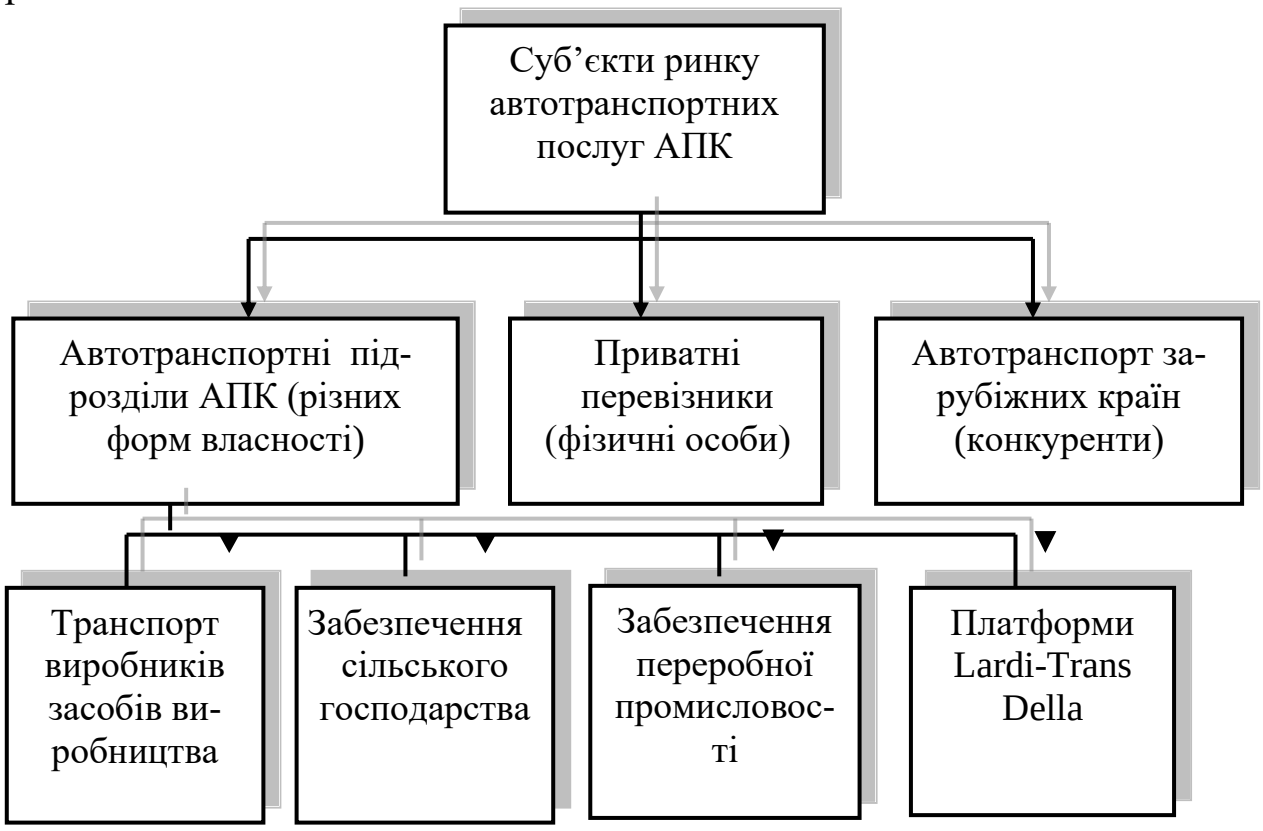

Рис. 5.2. Суб'єкти ринку автотранспортних послуг в АПК України

Роль транспорту в сільськогосподарському виробництві постійно зростає, питома вага транспортних витрат загалом в їх обсязі збільшується. Транспортний чинник відіграє все більшу роль у конкурентній боротьбі за ринки збуту сільськогосподарської продукції. Витрати на доставку продукції до місць її реалізації складають значну частку. Від раціонального використання транспорту значною мірою залежить конкурентоспроможність аграрних підприємств.

На сьогодні спеціалізований сайт вантажоперевезення Ларді Транс (*lardi-trans*) [44] та біржа вантажів і транспорту *Della* [45] є багатофунк-

ціональною онлайн-платформою, на якій розміщена не тільки дошка оголошень із заявками на вантажі та автомобільний транспорт, а й подана інформація про низку корисних послуг, які безпосередньо стосуються автомобільних перевезень. Привабливість цього інтернет-ресурсу полягає в тому, що розмістити заявку на перевезення вантажу або потребу в транспортному засобі можна безкоштовно.

Головною проблемою у функціонуванні оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні є диктат з боку переробних підприємств. Це змушує сільгоспвиробників звертатися до посередників, які сьогодні є основними дійовими особами на оптових ринках. Це свідчить про наявність резервів для зниження витрат у цій сфері та розширення обсягів поставок аграрної продукції і продовольства від товаровиробників. Йдеться про оптимізацію товарних потоків, скорочення кількості посередників та регулювання імпорту на аграрному ринку.

Оптимізація товарних потоків дозволяє, окрім зменшення кількості посередників в каналі розподілу продовольчої продукції, значно знизити торгові націнки, поліпшити контроль над якістю продукції, збільшити надходження до бюджету, оскільки участь держави дозволяє контролювати товарні потоки і відповідно збирати податки. Ці цілі стають досяжними завдяки впорядковуванню взаємовідносин між виробником, оптовиком і роздрібним торговцем і зниженню транспортних та всіх непередбачуваних витрат.

Рівень розвитку інститутів інфраструктури у сфері оптової торгівлі для фермерів та господарств населення не відповідає сучасним вимогам руху товарів і вимагає вдосконалення [46]. Адже є значна кількість посередників, переважає готівковий обіг. Необґрунтоване ціноутворення обумовлено тим, що продукція сільського господарства за категоріями господарств у 2021 році становила 712566,3 мільйонів гривень (у постійних цінах 2016 року), де частка підприємств та фермерських господарств – 67,9%, а господарств населення – 32,1%. Частка виробництва господарствами населення картоплі становила 97,6%, баштанних – 96,1%, овочів – 85,8%, плодово-ягідних культур – 79,1%, виробництва молока – 68,2%, м’яса – 30% [46, с.44-56].

Виходячи з вищесказаного, найбільш оптимальним є доступ до оптових ринків аграрної продукції та продовольства сільгоспвиробників через кооперацію та дорадчі служби. Основні групи виробників свіжої продукції, які потребують покращення каналів збуту, це: ринок овочів, фруктів та ягід, ринок молока, ринок м’яса. Вирішення проблеми власними силами плюс кооперація та використання потенціалу дорадчих служб дозволить ефективніше переміщати продукцію від виробника до споживача (*рисунок 5.3*).

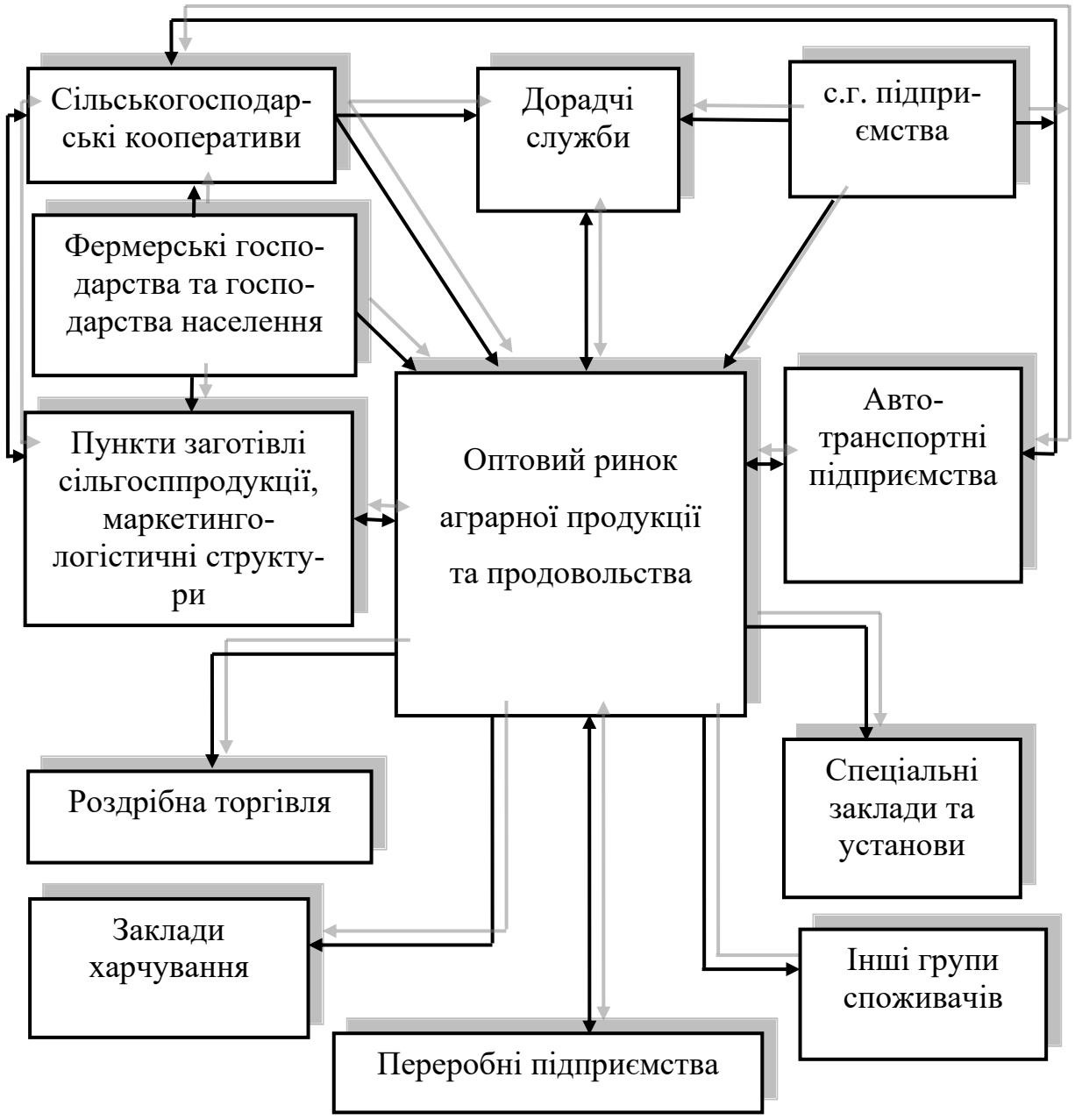

Рис. 5.3. Доступ до оптових ринків аграрної продукції та продовольства сільгоспвиробників через кооперацію та дорадчі служби

Також маркетинго-логістична система доступу до оптових ринків аграрної продукції та продовольства як організаційна структура здатна інтегрувати в єдиному процесі руху товарів виробників, оптовиків, споживачів [47], а також служби з надання послуг: транспортно-експедиторську, складську, фінансово-кредитну, санітарну і т. д.; дасть можливість максимально скоординувати інтереси ОТГ, виробників (постачальників), споживачів (оптових покупців та оптових продавців), інвесторів, а також кінцевих споживачів. Така гармонізація, наявність потужної інформаційної бази та використання принципів логістичного менеджменту

дозволить виробникам, споживачам, посередникам, вступати у безпосередні комерційні контакти.

Відновлення повноцінного функціонування та створення нових багатопрофільних сільськогосподарських кооперативів при ОТГ дозволить повною мірою реалізувати доступ до оптових ринків господарств населення. Господарства населення реалізують вироблену продукцію частково на стихійних ринках, що зумовлює нестабільність товарної пропозиції, звужений асортимент, низьку товарну якість. Аграрні підприємства та окремі фермерські господарства мають можливості реалізації продукції на ринку через супермаркети, магазини, ятки, а також переробним підприємствам.

Закон України "Про оптові ринки сільськогосподарської продукції" №2137 від 25.06.2009 року [48, с.755], стаття 6, передбачає основні напрями діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції, зокрема сприяння прискореному просуванню сільськогосподарської продукції від виробника до кінцевого споживача у торговельному ланцюгу. Існуюча модель інфраструктури аграрного ринку не зорієнтована на швидке і якісне просування агропромислової продукції від виробників до споживачів. Через це в збитку будуть і виробники, які змушені використовувати нераціональні канали розподілу з непрозорими умовами купівлі-продажу, і споживачі, які змушені купувати продукцію низької якості за високою ціною.

Використання маркетинго-логістичних концепцій та систем дозволяє оптимізувати матеріальні, фінансові, трудові та ін. ресурси агропромислових організацій, пов'язані з управлінням їх потоками. Торкаючись безпосередньо застосування принципів логістики у вітчизняному агробізнесі, слід виділити два концептуальні моменти, що визначають її як антикризовий інструмент менеджменту. Об'єднання в єдиний інтегрований технологічний процес усіх стадій виробництва (закупівля сировини, матеріалів, виготовлення товарної продукції, її зберігання, транспортування, збут і споживання) дозволяє поєднати організаційні, економічні, правові та інші можливості всіх учасників процесу руху товарів.

На особливу увагу заслуговує правильний вибір каналів збуту, адже його поширення на нові територіальні райони ринку вимагає від виробника нових зусиль щодо створення в цих районах власної збутової мережі. Значних зусиль треба докласти також до інтеграції як новоствореної, так і вже існуючої збутової мережі, щоб вони могли взаємно доповнювати збутові можливості одна одної. Як приклад можна навести фактори, що впливають на ринок плодоовочевої продукції, його функціонування значною мірою залежить від специфіки продукції, що реалізується: коливання пропозиції, продукція швидко псується, сезонність виробництва, низька транспортабельність, особливі умови зберігання, географічна спеціалізація виробництва та ін. Через це, аналізуючи наявні кана-

ли збуту і вибираючи найбільш прийнятні, виробник повинен виходити як із загальних цілей руху товарів, так і з конкретних завдань, які йому належить вирішувати. Критерії вибору каналу збуту – це покупці, асортимент товарів та фінансові можливості самого виробника.

Процес регулювання ринків аграрної продукції та продовольства на даному етапі розвитку АПК стає одним з інструментів перебудови застарілих стереотипів відносин між виробниками та споживачами. Саме маркетинг забезпечує ефективність процесу виробництва та просування сільськогосподарської продукції, сировини та продовольства до споживача. Маркетинг стимулює ініціативу, підприємливість, орієнтацію не так на кількісні, як на якісні показники своєї продукції, максимальне задоволення реальних потреб покупців. Крім того, маркетинг сприяє зміцненню виробничо-економічних зв'язків сільського господарства з переробною промисловістю та торговельною сферою і створює сприятливі умови для більш швидкого задоволення споживчого попиту населення у продуктах харчування, обсягу та асортименту.

Використовуючи маркетингові дослідження, що дає можливість здійснити планування збуту, визначити ціну реалізації, якісне обслуговування споживачів (*рисунок 5.4*), адже на сьогоднішній день розрізнені ланки організаційно-економічного функціоналу АПК потребують формування та розвитку зв'язків, здатних інтегрувати логістичні активності виробничого, складського, транспортного контуру, перетворивши їх на єдиний ефективно функціонуючий механізм, що забезпечує взаємодію: клієнт (оптовик чи кінцевий споживач) прагне бути відомим у каналі руху товарів і хто має вплив на його функціонування та вибір.

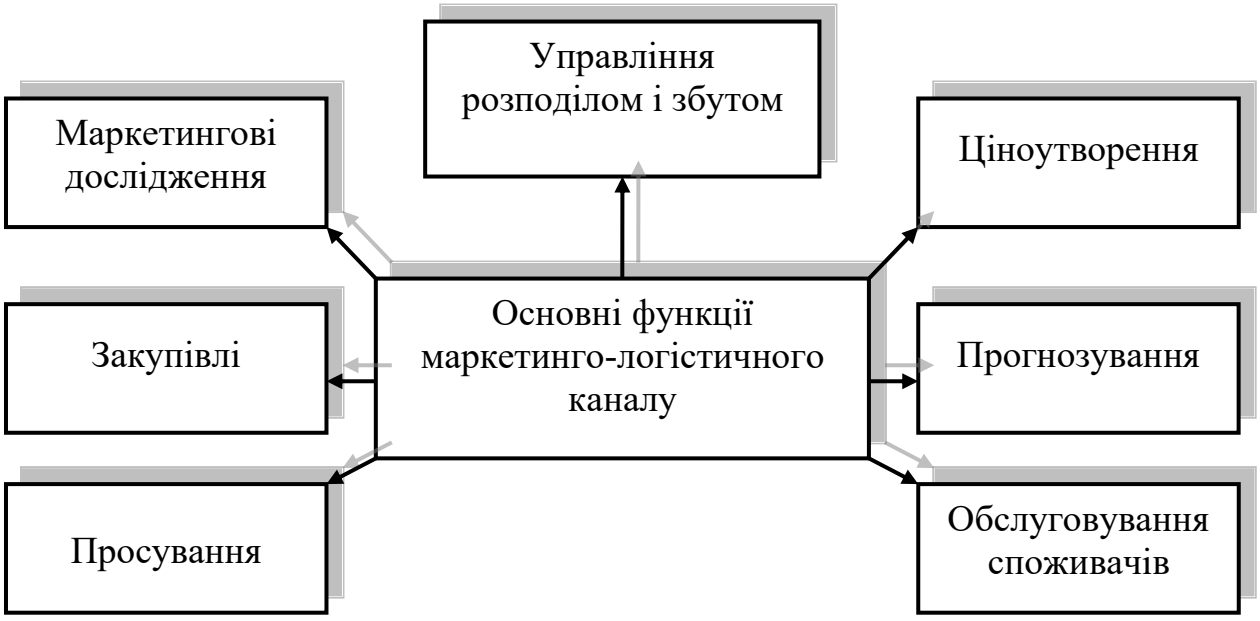

Рис. 5.4. Функції маркетинго-логістичного каналу розподілу

Маркетинго-логістична система доступу до оптових ринків аграрної продукції та продовольства через кооперацію та дорадчі служби дозволяє: зменшити кількість посередників у каналі розподілу продовольчої продукції; значно знизити торговельні націнки; поліпшити контроль над якістю продукції; збільшити надходження до бюджету, оскільки участь держави дозволяє контролювати товарні потоки і відповідно збирати податки. Ці цілі стають досяжними завдяки упорядкування взаємовідносин між виробником, оптовиком і роздрібним посередником і зниженню витрат. Крім того, з'являється можливість вжити заходів держпідтримки для підвищення конкурентоспроможності продукції місцевих сільгоспвиробників стосовно імпортного продовольства.

***

Література

1. Проєкт Плану відновлення України Матеріали робочої групи «Нова аграрна політика» Липень 2022/Національна рада з відновлення України від наслідків війни. URL: http://surl.li/gglaw (дата звернення: 05.04.2023).
2. Борщевський В., Куропась І., Микита О. Економіка війни та повоєнний економічний розвиток України: проблеми, пріоритети, завдання. Громадський простір. 13.04.2022. URL: http://surl.li/cdvgi (дата звернення: 04.04.2023).
3. Food security. New solutions for the twenty-first century : Proc. from the symp. honoring the tenth anniversary of theworld food prize / ed. by El Obeid A.E. Ames. Iowa state univ : Press, 1999. No 5. p. 23.
4. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України за 2020 рік. Державна служба статистики України. Київ-2021.59с. URL: http://surl.li/hnzpt (дата звернення: 15.04.2023).
5. Вараксіна О.В. Продовольча безпека як економічна категорія та її основні критерії. Економіка, управління, фінанси: теорія і практика : Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Ужгород, 17-18 жовт. 2014 р. Херсон : Вид. дім «Гельветика», 2014. С. 26–30.
6. Чи загрожує COVID-19 продовольчій безпеці? Новімедіа.pro. 28 вересня 2020 р. URL: http://surl.li/jvuzs (дата звернення: 08.04.2023).
7. Комплексна програма розвитку агропромислового комплексу та сільських територій Івано-Франківської області у 2021 році. Затверджено рішенням обласної ради від 25.09.2020 р. № 1569-37/2020. URL: http://surl.li/jvvab (дата звернення: 15.04.2023).
8. Андрійчук В. Г. Економіка підприємства агропромислового комплексу. Київ: КНЕУ, 2013. 779 с.
9. Аграрне право України: підручник / В. М. Єрмоленко, О. В. Гафурова, М. В. Гребенюк та ін.; за заг. ред. В. М. Єрмоленка. Київ: Юрінком Інтер, 2010. 608 с.
10. Левківська Л. М. Перспективи розвитку маркетингової інфраструктури аграрного ринку. [Електронний ресурс]. URL : http://surl.li/jvvba (дата звернення: 24.04.2023).
11. Розвиток форм господарювання в сільському господарстві: проблеми і рішення : наукова доповідь / Ю. О. Лупенко, В. Я. Месель-Веселяк, О. Г. Шпикуляк та ін. за ред. Ю. О. Лупенка. Київ . ННЦ «ІАЕ». 2018. 54 с.
12. Спаський Г.В., Швець А.А. Формування та розвиток інтеграції агропромислового виробництва в умовах євроінтеграції. Економіка АПК. 2019.№ 3. С.97-107. DOI: https://doi.org/10.32317/2221-1055.201903097

13. Додалося 12 країн: Україна розширила ринки збуту продовольства попри війну. URL: http://surl.li/jvvbu (дата звернення: 05.08.2022).

14.Ринок "Столичний" у Києві приєднався до найбільшої світової мережі оптових ринків. URL: http://surl.li/jvvce (дата звернення: 05.08.2022).

15. Українські фермери притримують картоплю, очікуючи зростання цін. URL: http://surl.li/jvvcs (дата звернення: 05.08.2022).

16. Копитко О.В. Світовий досвід формування та функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції. Бізнес-навігатор. Науково-виробничий журнал. №2 (28) 2012. С.74-78.

17. Аграрний бізнес, металурги, IT, хімія та інші: як справи в гігантів української економіки. URL: http://surl.li/dkkgv (дата звернення: 02.05.2023).

18.Європа закликає залізничний сектор мобілізуватись, щоб прискорити експорт сільськогосподарської продукції з України. URL: http://surl.li/jvvep (дата звернення 05.04.2023).

19. Контейнерний термінал "Мостиська" має три власних локомотиви. URL: http://surl.li/jvvft (дата звернення: 08.04. 2023)

20. Запрацював ще один залізничний прикордонний перехід між Україною та Молдовою. URL: http://surl.li/jvvgg (дата звернення: 07.04 2023)

21.Козаченко, Д. М. Напрямки підвищення ефективності перевезень зернових вантажів залізничним транспортом / Д. М. Козаченко, Р. Ш. Рустамов, Х. В. Матвієнко // Транспортні системи та технології перевезень : зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – Дніпропетровськ, 2013. – Вип. 6. – С. 56–60. – DOI: 10.15802/tstt2013/24451.

22. Дикань В. Л. Маркетингово-логістичний підхід щодо розвитку транспортно-логістичної інфраструктури підприємств залізничного транспорту / В. Л. Дикань, А. В. Кузьменко. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2015. Вип. 51. С. 9-16. URL: http://surl.li/jvvgs (дата звернення: 25.04.2023).

23. Kolodiichuk, V., Cherevko, H., Popivniak, R. (2020). Quality assessment of transit potential of the transport-logistics system of Ukraine. Global Business Review (GBR), Advance online publication. https://doi.org/10.1177/0972150920907008

24. Шило Л. А., Добровольська І. Л., П'ятигорець Г.С. Роль маркетингу в підвищенні конкурентоспроможності вантажних залізничних перевезень//Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту», 2015, вип. 10.С.87-91.

25. Колодійчук В. А. Функціонально-вартісний аналіз у системі управління логістичними витратами підприємств зернопродуктового підкомплексу АПК. Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. 2014. Т. 2. № 10. С. 327–335.

26. Kolodiichuk, V. A. (2017). Management of logistical expenses of the AIC enterprises. Scientific Bulletin of Polissia, 10 (2), 164–169.

27. Семенда Д. К., Семенда О.В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна. Агросвіт №1-2.2021.С.56-68.

28. Киш Л.М. Маркетинг аграрної продукції в умовах виходу на зовнішні ринки. Агросвіт № 2, 2020.С.69-76. DOI: 10.32702/23066792.2020.2.69. URL: http://surl.li/jvvus (дата звернення: 12.04.2023).

29. Завербний А. С., Двуліт З. П., Вуєк Х. І. Особливості формування логістичних ланцюгів в умовах війни та у післявоєнний період// Економіка та суспільство. Випуск № 43. 2022.С. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-54 (дата звернення: 25.04.2023).

30. Згурська О., Корчинська О., Рубель К., Кубів С.,Тарасюк А.,Головченко О. Цифровізація національного агропромислового комплексу: нові виклики, реалії та перспективи. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. Том 6 № 47 (2022). С.388-399. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.47.2022.3929 (дата звернення:25.04.2023).

31. Розорились чи збагатились? Чи заробили українські аграрії на ринку ЄС та як вплинуть зернові заборони на нашу економіку. URL: http://surl.li/jvvwo (дата звернення: 09.04.2023).

32. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури». Липень 2022.178с. URL: http://surl.li/jvvxl (дата звернення: 08.04.2023).

33. У 2022 році втрати аграрного сектора внаслідок логістичних проблем можуть сягнути близько 10 млрд. дол. США – Інститут аграрної економіки URL: http://surl.li/jvvxx (дата звернення: 05.08.2022).

34. Копитко О.В. Маркетинго-логістичне забезпечення функціонування гуртових ринків сільськогосподарської продукції. Вісник Львівського національного аграрного університету: Економіка АПК.2011.№18 (1). м.Львів-2011. С.222-227.

35. Закон України Про сільськогосподарську кооперацію (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2020, № 52, ст.497).URL: http://surl.li/hgpyj (дата звернення: 13.04.2023).

36. Kolodiichuk, V., Dubnevych, Y., 2019, Technical and technological support for grain stocks management of agricultural producers in the conditions of elevator capacity deficiency in Ukraine. Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development. Vol. 19 (3): 319-327.

37. Українське суспільство в умовах війни. 2022: Колективна монографія / С. Дембіцький, О. Злобіна, Н. Костенко та ін.; за ред. член.-кор. НАН України, д. філос. н. Є. Головахи, д. соц. н. С. Макеєва. Київ: Інститут соціології НАН України, 2022. 410 с.

38. Об’єднані війною: чи є у фермерів шанс на кооперацію.URL: http://surl.li/jvwby (дата звернення: 25.04.2023).

39. Операція "кооперація": коли виклик для ОТГ трансформується у можливості. URL: http://surl.li/jvwcw (дата звернення: 25.04.2023).

40. Інформація про виконання плану заходів з реалізації Концепції розвитку сільських територій у 2020 році. Міністерство аграрної політики та продовольства України. URL: http://surl.li/jvwdi (дата звернення: 22.04.2023).

41. Скрипник А.В., Саяпін С.П. Інформаційне забезпечення в дорадництві з використанням сучасних інноваційних Інтернет-технологій. Економіка АПК. 2019. № 12. С.46-60.

42. Інформація Радивилівської територіальної громади до виробників сільгосппродукціїє. URL: http://surl.li/jvwdz (дата звернення: 19.04.2023).

43. Глухова І. Ю. Регіональні особливості формування та використання автомобільного транспорту на аграрних підприємствах. Науково-практичний збірник Українського науково-дослідного інституту продуктивності агропромислового комплексу . 2011. № 19, С.98-100.

44. Пошук вантажу та транспорту. URL: https://lardi-trans.ua/ (дата звернення: 19.04.2023).

45. Біржа вантажів та транспорту - DELLA Вантажні перевезення. URL:
http://surl.li/jvwfo (дата звернення: 05.05.2023).

46. Статистичний збірник: Сільське господарство України за 2021 рік. Державна служба статистики України. Київ- 2022. 222с.

47. Колодійчук В.А. Концептуальна модель оптимізації логістичної системи у зернопродуктовому підкомплексі АПК України. Економіка АПК. 2016. № 5. С. 60–65.

48. Закон України “Про оптові ринки сільськогосподарської продукції” (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2009, № 51).