

*І. А. Білоткач,
к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародного маркетингу,
Університет імені Альфреда Нобеля
ORCID ID: 0000-0002-8535-9252*

DOI: 10.32702/2306-6814.2022.1.12

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОСУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

*I. Bilotkach,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department
of International Marketing, Alfred Nobel University, Ukraine*

INSTITUTIONAL FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE COMPETITIVE LOGISTICS SYSTEM OF MARKETING PROMOTION OF ORGANIC AGRICULTURE

Метою дослідження є визначення інституціональної сутності логістичної системи просування органічної продукції, її складові елементи, структуру; сформувати систему інституцій щодо створення ефективної конкурентоздатної системи каналів розподілу органічної агропромислової продукції; узагальнити науковий досвід щодо подальшого удосконалення логістичної інституціональної системи для сталого розвитку органічного агробізнесу в Україні.

Теоретико-методологічною основою проведеного дослідження є діалектичний та аналітичний підхід до вивчення існуючих інституціональних та інституційних особливостей стану та розвитку системи просування органічної сільськогосподарської продукції та особливостей розвитку і регулювання інституціонального забезпечення ефективної конкурентоздатної діяльності каналів розподілу продукції органічного агровиробництва в Україні.

Стверджується, що агропродовольча сфера України має значний потенціал для збільшення просування органічної сільськогосподарської продукції як на внутрішній, так і зовнішні споживчі та промислові ринки.

Наголошується, що з огляду на ситуацію, що вже склалася на ринку органічної продукції України, одним із факторів для його перспективного розвитку є здійснення ефективної маркетингової діяльності суб'єктів господарювання у продовольчій системі держави, яка залежить від збалансованості розподілу каналів збуту та від вибору відповідної маркетингової стратегії для різних груп товарів. Забезпечення конкурентоспроможності логістичних ланцюгів органічної агропромислової продукції від виробників до споживачів дасть змогу підприємствам ефективно організувати свою маркетингову діяльність.

У статті розглядається питання інституціонального забезпечення функціонування каналів розподілу органічної продукції. Розглянуто формальні та неформальні інституції, що забезпечують конкурентоздатну діяльність каналів розподілу органічної продукції на прикладі вітчизняних підприємств та ризики, що мають місце при просуванні органічної продукції українських виробників за кордон. Проведено оцінку забезпечення та діяльності інститутів у сфері розподілу та розроблено комплекс заходів для налагодження ефективної роботи системи просування органічної продукції. Проаналізовано існуючу систему розподілу органічної сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки в різних регіонах України та визначено критерії її конкурентоспроможності. Розглянуто ефективність системи розподілу продукції органічного агровиробництва та надано пропозиції щодо вдосконалення інституціонального забезпечення просуванням органічної агропромислової продукції.

Запропоновано авторське визначення сутності терміну "конкурентоздатний логістичний ланцюг органічної агропромислової продукції" та пропонується авторська система заходів щодо інституціонального формування конкурентоздатних логістичних систем просування продукції органічного агровиробництва на регіональному рівні, державому та міжнародному рівні.

Отримані результати дослідження поглиблюють теоретичні та прикладні аспекти інституціонального розвитку і забезпечують можливість активізації інноваційного процесу органічного агровиробництва в Україні.

The purpose of the study is to determine the institutional essence of the logistics system for the promotion of organic products, its constituent elements, structure; to form a system of institutions to create an effective competitive system of distribution channels for organic agro-industrial products; to generalize scientific experience on further improvement of the logistics institutional system for sustainable development of organic agribusiness in Ukraine.

Theoretical and methodological basis of the study is the dialectical and analytical approach to the study of their institutional and institut features and development of the system of organic agricultural production and features of development and regulation of institutional support for effective competitive channels of distribution of organic agricultural products in Ukraine.

It is argued that Ukraine's agri-food sector has significant potential to increase the promotion of organic agricultural products in both domestic and foreign consumer and industrial markets.

It is emphasized that given the current situation on the market of organic products in Ukraine, one of the factors of its future development is the effective marketing activities of economic entities in the food system of the state, which depends on balanced sales channels and strategies for different of product groups. Ensuring the competitiveness of logistics chains of organic agro-industrial products from producers to consumers will allow companies to effectively organize their marketing activities.

The article considers the issue of institutional support for the functioning of distribution channels of organic products. Formal and informal institutions that ensure the competitive operation of distribution channels of organic products on the example of domestic enterprises and companies that take place in the promotion of organic Ukraine Ukrainian producers abroad are considered. An assessment of the provision and activities of institutes in the field of distribution and developed a set of measures to establish effective operation of the system of promotion of organic products. The existing system of distribution of organic agricultural products and products of its processing in different regions of Ukraine is analyzed and the criteria of its competitiveness are determined. The efficiency of the system of distribution of organic agricultural products is considered and proposals are made to improve the institutional support for the promotion of organic agricultural products.

The author's definition of the essence of the term "competitive logistics chain of organic agricultural products" is proposed and the author's system of measures for institutional formation of competitive logistics systems of organic agricultural production at the regional, national and international levels is proposed.

The obtained results of the research deepen the theoretical and applied aspects of institutional development and provide an opportunity to intensify the innovative process of organic agricultural production in Ukraine.

Ключові слова: органічна сільськогосподарська продукція, органічне агровиробництво, логістичний ланцюг органічної агропромислової продукції, інституціоналізм, розвиток, конкурентоздатність, система, управління просуванням, канали розподілу.

Key words: organic agricultural products, organic agricultural production, logistics chain of organic agro-industrial products, institutionalism, development, competitiveness, system, promotion management, distribution channels.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Ринок органічної сільськогосподарської продукції в Україні має тенденцію до зростання. Його активний розвиток сприяє задоволенню потреб населення в якісних агропромислових товарах та забезпечує конкурен-

тоспроможність виробників та переробників в органічному секторі економіки.

Натепер переважна кількість органічної сільськогосподарської продукції України йде на експорт для забезпечення потреб закордонних споживачів, що пояснюєть-

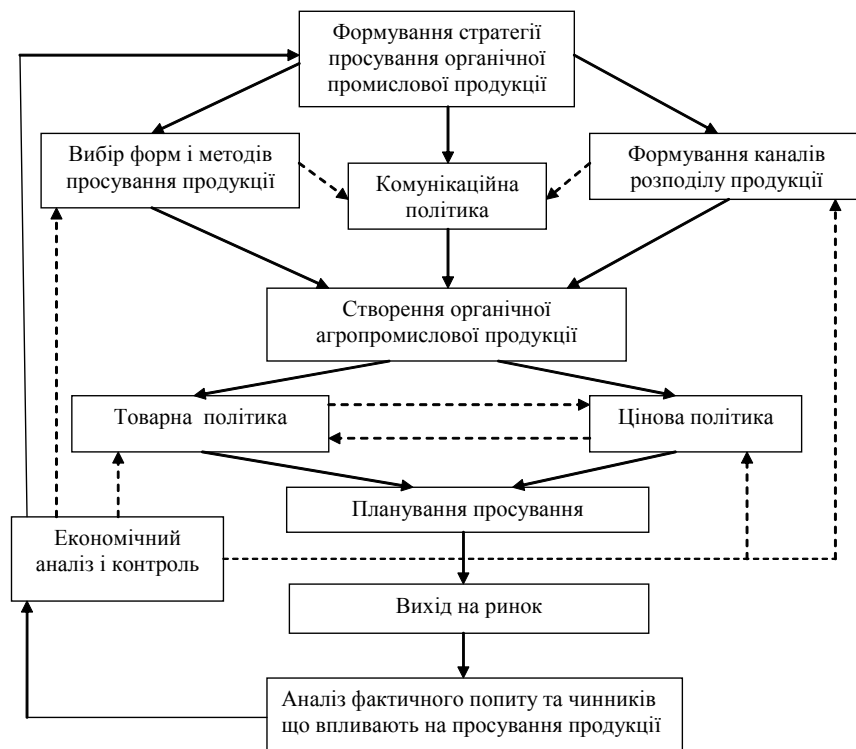


Рис. 1. Етапи управління логістикою органічної продукції

Джерело: складено автором.

ся їх більшою платоспроможністю в порівнянні з українськими споживачькими можливостями.

Попри те, що ринок органічної агропромислової продукції є ринком виробника, є нагальна потреба в розробці та впровадженні дієвих інституціональних вдосконалень в існуючі економічні механізми, в тому числі на рівні логістичних чинників, для забезпечення оптимізації бізнес-процесів при просуванні органічних продуктів від виробника до споживача, що зробить їх більш конкурентоздатними та доступними по ціні як для українських, так і закордонних споживачів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретичним і прикладним аспектам впровадження та розвитку ринку органічної продукції присвячені наукові праці таких науковців: Р.М. Безус, Л.Г. Мельник, Л.С. Гринів, В.В. Підліснюк, В.І. Артиш, М.І. Кобець, В.В. Писаренко, В.Ф. Сайко, Б.В. Буркинський, Є.В. Милованов, Т.О. Зайчук, Т.Г. Дудар та інші науковці.

Дослідженню розвитку інституціональних процесів в економіці в цілому і в сільському господарстві зокрема присвячені наукові праці О. Гончаренко, С. Ілляшенка, Л. Антоюка, Н. Апатової, Ю. Бажала, В. Вишневського, В. Гейця, В. Дементьєва, П.М. Леоненко, В.Н. Тарасевича, П. Юхимчука, А. Чухно, Ю. Яковця та інші не менше поважні особистості.

Теоретичні питання та проблеми логістики та просування через канали розподілу активно розробляються українськими науковцями, серед яких Є. Крикавський, О. Михайленко, Т. Дудар, О. Дудар, Ю. Воскобийник, М. Фещенко, Т. Боровик та закордонними авторами Ф. Галгано, Р. Толве, М. Коланжело, Т. Скарпа, Ф. Фаваті, М. Карузо та багатьма іншими.

У працях цих авторів розглянуто питання про роль просування продукції, наведено характеристики методів

виведення продукції на ринок, викладено питання планування окремих заходів просування, деталізовано прийоми, що використовуються під час планування і реалізації заходів просування. Проте не досить дослідженим є система інституцій яка повинна забезпечувати ефективне конкурентоздатне просування органічної продукції від виробника до споживачів в Україні та за її межами.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

У матеріалах дослідження, представлених у статті ставиться за мету визначити інституціональну сутність логістичної системи просування органічної продукції, її складові елементи, структуру; сформувати систему інституцій щодо створення ефективної системи каналів розподілу органічної агропромислової продукції; узагальнити науковий досвід щодо подальшого удосконалення конкурентоздатної логістичної інституціональної системи для сталого розвитку органічного агробізнесу в Україні.

Об'єктом дослідження є стан та розвиток інституціональної системи щодо просування органічної агропромислової продукції України як складові ринку органічної сільськогосподарської продукції.

Предметом дослідження є сукупність інституціональних чинників, що використовуються та використання яких можливе при формуванні конкурентоздатної системи просування органічної агропромислової системи України та їх вплив на розвиток органічного агровиробництва.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сучасний погляд на розвиток забезпечення людства якісними продуктами харчування призводить до розу-

Таблиця 1. Можливі причини погіршення якості під час переміщення органічної продукції України

Причини порушень	Кількість випадків	Питама вага, %
Забруднення під час зберігання чи транспортування	14	54
Змішування із традиційною продукцією під час виробництва, зберігання чи транспортування	4	15
Перенесення під час оприскування на сусідніх традиційних господарствах	3	12
Інша причина, а саме підозрілий сертифікат	3	12
Застосування заборонених речовин сертифікованими операторами під час виробництва, зберігання чи транспортування	2	7
Всього:	26	100

Джерело: складено автором на основі [5].

міння того що, крім проблеми кількісного та структурного наповнення продовольчого ринку, дуже велику роль відіграє якісна складова дотичних факторів щодо продовольчої продукції [1]. Одним із ключових питань забезпечення людей органічною агропромисловою продукцією є питання логістики, в процесі вирішення яких забезпечується доставка органічних продуктів від виробника до споживача. Система просування охоплює в єдине ціле всіх суб'єктів ринку органічної агропромислової продукції, а засоби логістики є зв'язуючим ланцюгами при пзміні права власності на органічну продукцію в системі просування [2]. При цьому логістична система повинна бути не тільки ефективною з точки зору збереження якості переміщуємих товарів, а і конкурентоздатною, тобто забезпечувати потрібну рентабельність логістичних дій. Схематично систему, що забезпечує переміщення товарів від виробника до споживача можливо представити так (рис. 1).

Як бачимо, управління логістикою органічної продукції є складним явищем, що схематично являє собою поєднанням різних функціональних систем, що чинять безпосередній вплив як на функціонування механізмів мотивації виробництва продукції, так і дають змогу аналітичних дій що забезпечують можливість ефективного просування.

В Україні органічна продукція розповсюджується як через прямі канали розподілу, так і шляхом непрямого розподілу, через спеціалізовані магазини та супермаркети. Попри те, що припрямому розподілі прямий розподілі дохід повинен будти найбільшим, то в умовах ук-

раїнського ринку це правило не завжди працює. Це пояснюється низькою платоспроможністю українських споживачів, що мотивує виробників органічної продукції активно освоювати закордонні ринки та розробляти складні логістичні схеми [6].

Особливе місце в управлінні просуванням органічної продукції, відводиться формуванню ефективних каналів розподілу продукції. Органічний ринок у світі швидко зростає. Попит, що стабільно росте, заохочує виробників та інших гравців ринку ініціювати чи поглиблювати діяльність у галузі виробництва органічної сировини та органічних харчових продуктів. Тим часом ланцюги постачання органічної продукції стають довшими, більш складними та розгалуженими. Україна наділена великими площами земель сільськогосподарського призначення, а також чудовими природними умовами, має гарний потенціал стати однією із провідних країн-постачальниць органічної продукції у світі. Забезпечення відсутності в продукції з України залишків заборонених речовин є відповідальністю і викликом для всіх органічних операторів у ланцюгу постачання органічної продукції. За даними сертифікаційних органів, які працюють в Україні, в 2016 році забруднення продукції під час зберігання та транспортування стало найрозповсюдженішою причиною порушень, виявлених в органічній продукції в Україні, імпортованої до ЄС (див. табл. 1).

Ймовірні основні причини порушень під час імпорту органічної продукції з України, які повідомлялися в Інформаційній системі органічного сільського господарства ЄС (OFIS) наведено у таблиці 1.



Рис. 2. Компоненти ланцюга постачання органічної продукції

Мають місце і інші причини погіршення якості під час переміщення органічної продукції України, як-от: використання начиння обробленого забороненими речовинами, перенесення шкідливих речовин під час авіаційного обприскування, а також наявність стійких шкідливих хімікатів у ґрунті (наприклад ДДТ). Кількість цих порушень є незначною.

Як видно з таблиці, основною ймовірною причиною забруднень при просуванні органічної продукції за кордон є забруднення під час транспортування і складає 54%.

Сприйняття органічної агропромислової продукції з точки зору покупців має значну особливість. Купуючі її, вони впевнені в її корисності та у тому, що спосіб її виробництва покращує стан навколишнього середовища та якість ґрунтів на території де вона виробляється. І випадки коли ця продукція з тих чи інших причин виявляється неякісною дуже сильно впливає на мотиваційну зацікавленість у її придбанні.

Таким чином діяльність, пов'язана з органічною продукцією, вимагає особливої уваги, щоб уникнути забруднень, що можуть вплинути на зміну статусу органічної продукції. З одного боку, система органічного виробництва досить добре регулюється і суворо контролюється. Проте, з іншого боку, стандарти не охоплюють всіх аспектів пов'язаних з переміщенням цієї продукції від виробника до споживача. Отже, потрібно розробити та впровадити систему інституцій що буде регламентувати та унеможливити ризики в логістичній системі органічного аграрного сектору.

Якщо розглядати логістичні особливості просування органічної продукції, то теоретичною базою такого просування є логістичні системи, що представлені логістичними ланцюгами та логістичними каналами (або каналами розподілу).

Логістичним ланцюгом органічної агропромислової продукції — це лінійно упорядкована чисельність фізичних чи юридичних осіб які діють у відповідності до чинного законодавства як суб'єкти органічного ринку (виробників, посередників, складів тощо), які виконують логістичні операції, спрямовані на доведення органічної агропромислової продукції від однієї логістичної системи до іншої чи до кінцевого споживача та оптимізацію супутніх їм матеріальних та нематеріальних потоків [3].

Кожен логістичний ланцюг формують такі основні складові елементи: інфраструктура, логістика і персонал, що відіграють дуже важливу роль у забезпеченні та контролі органічної якості та здійсненні управління ризиками (рис. 2).

Ланцюги постачання в системі органічного агропромисловства є досить неоднорідними та можуть відрізнятися за такими факторами: кількістю продукції, що підлягає доставці; кількістю операторів органічного ринку; місцем проміжного зберігання в ланцюгу постачання; пунктом призначення кінцевого споживача; видом транспорту.

Зважаючи на можливі фактори ризику, менеджмент органічних агропромислових підприємств повинен обрати найбезпечніший та найбільш прийнятний ланцюг постачання.

Найкращим варіантом забезпечення органічної якості продукції та збереження репутації для фермера був би самовивіз продукції кінцевими споживачами безпосередньо з самого підприємства, або взагалі з варіантом, коли споживачі самі збирають потрібну їм продукцію в місцях її вирощення. Але в цьому варіанті теж виникає значна кількість ризиків щодо можливої неефективності подібної реалізації продукції в економічному сенсі (споживачі будуть вибирати не всю продукцію підряд, а тільки ту що буде їм до вподоби, при цьому залишена продукція може бути приведена до некондиційного стану) [7].

Наступним по ефективності просування є доставка органічної агропромислової продукції кінцевому споживачеві або переробнику власним транспортом. Таким чином фермер убезпечує свою продукцію і мінімізує ризики можливого забруднення.

Взагалі існують такі види логістичних ланцюгів логістичні системи:

- логістичні системи з прямими зв'язками — це системи, у яких матеріальний потік доводиться до споживача без посередників, на основі прямих господарських зв'язків;

- логістичні системи з непрямыми зв'язками — це системи, у яких матеріальний потік доводиться до споживача за участю як мінімум одного посередника;

- комбіновані (гнучкі) логістичні системи — системи, у яких доведення матеріального потоку до споживача здійснюється як за прямими зв'язками, так і за участю посередників.

Щоб визначитися чи забезпечує логістичний ланцюг збереження якості продукції потрібно розробити інституціональний алгоритм перевірки такого ланцюга, що буде включати такі питання:

- достатність інформації щодо самої продукції (її виробника та попередні етапи логістичного просування);

- наявність можливості та ефективного алгоритму перевірки будь-якого етапу логістичного переміщення товару;

- можливість отримання інформації про переміщення товарів на будь-якому етапі логістичного просування;

- наявність сертифікованої системи управління якістю (або іншої аналогічної системи) у суб'єктів господарювання що здійснюють переміщення продукції;

- проведення попередньої оцінки ризиків ланцюга постачання;

- визначення порядку дій при виявленні можливих ризиків та послідовність усунення їх та можливих негативних наслідків при переміщенні продукції;

- визначення повного переліку ризиків при переміщенні продукції з зазначенням алгоритмів роботи з ними.

Отже, потрібно визначити важливу роль логістичних аспектів у забезпеченні зберігання якості органічної продукції в процесі просування. Потрібно також проводити постійний ланцюг постачання на предмет ризиків, які можуть спричинити чи спричинили погіршення якості органічної продукції, до того як укласти угоду з постачальником органічної продукції не тільки на формальному рівні, а враховуючи всі можливі ризики, то це б

Таблиця 2. Принципова інституціональна класифікація логістичних систем продукції органічного агропромислового виробництва

Рівень логістичної агрегації (кооперації)	Клас логістичної системи	Форми логістичної системи
I-й рівень	Мікрологістичні підсистеми	<ul style="list-style-type: none"> • Логістика постачання; • логістика виробництва; • логістика збуту (дистрибуції)
II-й рівень	Мікрологістичні системи	<ul style="list-style-type: none"> • Логістика виробничого (переробного) підприємства; • логістика торгівельного підприємства; • логістика підприємств послуг
III-й рівень	Мегалогістичні системи	<ul style="list-style-type: none"> • Логістика міжорганізаційних операцій; • логістичні ланцюги «постачання – виробництво - збут»
IV-й рівень	Мезологістичні системи	<ul style="list-style-type: none"> • Логістика кооперації мегалогістичних систем; • логістичні ланцюги поставок
V-й рівень	Макрологістичні системи	<ul style="list-style-type: none"> • Національна система переміщення вантажів, людей, інформації
VI-й рівень	Міжнародні макрологістичні системи	<ul style="list-style-type: none"> • Система дистрибуції глобальних фірм; • Міжнародні транспортні системи; • міжнародні системи безпеки

Джерело: складено автором на основі [4].

значним чином сприяло створенню більш безпечних та надійних ланцюгів постачання органічної продукції [3].

Дуже велике значення має забезпечення логістичних ланцюгів поставок відповідною конкурентоспроможністю. Взагалі під поняттям "конкурентоспроможність логістичного ланцюга" ми розуміємо — здатність певного логістичного ланцюга забезпечити кращі функціонально-фінансові показники діяльності ніж у конкурентів в заданих умовах. Що стосується конкурентоспроможності логістичного ланцюга органічної агропромислової продукції, то у цьому випадку ми розуміємо здатність логістичного ланцюга постачання зберегти задекларовану якість органічної продукції її виробником на шляху до споживача, а також забезпечити відповідні кількісні характеристики товарних партій у відповідності до діючих нормативних втрат, при цьому економічна ефективність забезпечення всіх зазначених процесів повинна бути вищою, ніж у конкурентів та забезпечувати потрібну рентабельність взагалі.

На нашу думку, оцінка конкурентоспроможності логістичної системи органічної агропромислової продукції є сукупністю операцій, що характеризують зміст та результативність логістичної діяльності у ринковому просторі.

Вона має здійснюватися з урахуванням основних маркетингових категорій та дотриманням таких базисних принципів:

1. Орієнтація на конкретні ринки та потреби споживачів.
2. Використання сукупності наукових підходів до оцінки та забезпечення конкурентоспроможності. Оцінюючи конкурентоспроможність логістичної системи органічної агропромислової продукції потрібно застосовувати системний, комплексний та нормативні підходи.
3. Багатовимірність системи оцінки конкурентоспроможності логістичної системи, органічного агровиробництва, тобто врахування різних груп зовнішніх та

внутрішніх факторів конкурентних переваг. Система оцінки конкурентоспроможності повинна мати системний характер і включати такі аспекти: оцінка логістичних витрат, оцінка логістичних активів, оцінка якості задоволення споживачів.

4. Багаторівневість системи оцінки конкурентоспроможності логістичної системи органічної агропромислової продукції, тобто при формуванні показника конкурентоспроможності враховується вплив всіх елементарних розрахункових показників.

5. Орієнтація на кількісні способи оцінки. Інтегральний показник конкурентоспроможності маркетингової логістичної системи повинен враховувати вагомість елементів, що використовуються при його розрахунку.

Процес оцінки конкурентоспроможності логістичної системи продукції органічного агровиробництва передбачає послідовну реалізацію таких етапів:

I-й етап — визначення меж цільового ринку.

II-й етап — виявлення потенційних конкурентів.

III-й етап — розрахунок показника фактичної конкурентоспроможності логістичної системи органічної агропромислової продукції.

IV-й етап — оцінка конкурентних можливостей ринкового середовища.

V-й етап — визначення потенційної конкурентоспроможності логістичної системи органічної агропромислової продукції.

Етап визначення меж цільового ринку є результатом частинною процесу маркетингового дослідження довкілля. Цільовий ринок — це ринок (або його частина), в обслуговуванні якого зацікавлена ця логістична система. Поглиблений аналіз ринку передбачає реальний аналіз ризиків, пов'язаних з виходом на конкретний ринок, оцінку ємності ринку, ранжування ринків по ступеню привабливості та забезпечує інформацію, необхідну для оцінки реального становища логістичної системи. На зазначеному етапі виділяється ринок, який надалі буде орієнтована тривалість логістичної систе-

ми та визначається цільовий сегмент потенційних споживачів. Потім здійснюється анкетування потенційних споживачів, і виявляються їхні очікування щодо якості логістичного обслуговування.

На етапі оцінки конкурентного становища логістичної системи здійснюється виявлення потенційних конкурентів, тобто тих суб'єктів ринку, які обслуговують той же цільовий сегмент та пропонують аналогічні послуги.

Наступний етап передбачає оцінку фактичної конкурентоспроможності аналізованої логістичної системи та порівняння отриманого результату з оцінки діяльності основних конкурентів. Така оцінка конкурентного становища безумовно важлива, проте не менш значущою є оцінка ринкових впливів. Аналіз загроз та можливостей, присутніх у навколишній логістичній системі ринкового середовища, дозволяє зрозуміти процеси, що формують конкуренцію та активізувати власний потенціал для досягнення певних конкурентних переваг.

Показник конкурентоспроможності логістичної системи сільськогосподарської агропромислової продукції пропонується визначати шляхом інтеграції оціночних показників конкурентних переваг:

$$\text{Кл.с.} = \sqrt[5]{\text{РДЗ} \times \text{РЯ} \times \text{РФ} \times \text{РЛВ} \times \text{РР}} \quad (1),$$

де Кл.с. — конкурентоспроможність логістичної системи органічної агропромислової продукції;

РДЗ — рівень виконання договірних зобов'язань;

РЯ — рівень якості логістичних послуг;

РФ — рівень функціональності логістичної системи;

РЛВ — рівень логістичних витрат;

РР — рівень рентабельності логістичних активів.

Особливістю розглянутих показників РДЗ, РЯ, РФ, РЛВ, РР є прагнення кожного з них до одиниці. Безпосереді їх значення визначаються як співвідношення фактичного рівня базисного показника до його планового (або можливого) рівня. Рівність кожного з названих показників одиниці, а отже, і рівність одиниці комплексного показника конкурентоспроможності логістичного ланцюга органічної агропромислової продукції, означає максимальну конкурентоспроможність логістичної системи, що передбачає її ідеальне функціонування, з точки зору якості задоволення споживача. Якщо значення наближаються до одиниці, то оцінювана логістична система органічної продукції має виключно сильний конкурентний статус і навпаки.

Пропонуємо такі градації показника конкурентоспроможності логістичної системи просування органічної агропромислової продукції:

$0 \leq K \leq 0,4$ — слабка конкурентна позиція;

$0,4 < K \leq 0,7$ — середня конкурентна позиція;

$0,7 < K \leq 1$ — сильна конкурентна позиція.

Розроблена методика оцінки конкурентоспроможності логістичної системи органічної агропромислової продукції призначена для оцінки та постійного моніторингу рівня її конкурентоспроможності як у межах України, так і за кордоном.

Важливе значення має також розбудова логістичної інфраструктури органічної агропродовольчої продукції. Передусім необхідно запровадити ведення реєстру національних перевізників органічної продукції, які сертифіковані, і акредитованих сертифікаційних компаній, які надають суб'єктам господарювання відповідні

послуги. Така інформація має бути оприлюднена на сайтах та в офіційних друкованих виданнях спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань аграрної політики та продовольства України, а також Державної транспортної інспекції України та Державної інспекції України з питань захисту прав споживачів.

Державна політика у сфері розвитку органічного виробництва агропродовольчої продукції і сировини потребує доповнення державної статистичної звітності спеціальними формами для відображення результатів діяльності з виробництва та транспортування органічної продукції як всередині країни, так і за кордон [2].

До діяльності на міжнародному ринку суб'єктів (операторів) вітчизняного органічного виробництва спонукають прагнення до завоювання ринкової "ніші", підвищення ефективності виробництва і зміцнення конкурентоспроможності. Сучасний розвиток логістичних систем характеризується тенденціями підвищення рівня логістичної агрегації та якісним інституціональним наповненням. Схематично класи логістичних систем за інституціональною ознакою можна представити таким чином (табл. 2).

Інституціональна класифікація логістичних систем дозволяє визначитися щодо необхідності запровадження потрібних інституційних нововведень на всіх рівнях логістичної агрегації. Тобто, на нашу думку, для забезпечення збереження якісних характеристик виробленої органічної агропромислової продукції на шляху від виробника до кінцевого споживача, потрібна сертифікація всіх ланок логістичного просування. При цьому процес сертифікації повинне охоплювати засоби логістики, умови логістики та людський ресурс, який буде дотичним до органічної продукції.

ВИСНОВКИ

Агропродовольча сфера України має значний потенціал для збільшення просування органічної сільськогосподарської продукції як на внутрішній, так і зовнішній споживчій та промисловій ринки. Одним із шляхів досягнення реалізації цього потенціалу є освоєння сегменту транспортної логістики щодо просування органічної продукції, яка є затребуваною серед споживачів у світі, а її пропозиція є недостатньою з точки зору якісного наповнення. Окрім діяльності підприємств у напрямі розвитку ринку логістичних послуг та заходів із просування органічної продукції, необхідно є організаційно-правова підтримка з боку держави. Вона може виражатися у інституціональному (нормативному) встановленні спеціальних вимог та стандартів щодо надання логістичних послуг по транспортуванню органічної продукції, встановленні вимог щодо сертифікації та маркування транспортних засобів та створення дієвої системи контролю за запропонованими заходами.

Ми дійшли висновку, що непрямий розподіл органічної продукції стає все більш значущим для українських виробників і при забезпеченні високої конкурентоспроможності може мати надзвичайно важливе значення. Потужні виробники продають свої продукти для мереж супермаркетів та переробних підприємств, тоді як дрібним виробникам доводиться продавати свою про-

дукцію посередникам, як правило, за нижчою ціною, щоб не допустити їх виробництва на відходи.

З огляду на ситуацію, що вже склалася на ринку органічної продукції України, одним із факторів для його перспективного розвитку є здійснення ефективної маркетингової діяльності суб'єктів господарювання у продовольчій системі держави, яка залежить від збалансованості розподілу каналів збуту та від вибору відповідної маркетингової стратегії для різних груп товарів. Забезпечення конкурентоспроможності логістичних ланцюгів органічної агропромислової продукції від виробників до споживачів дасть змогу підприємствам ефективно організувати свою маркетингову діяльність. Перспективи подальших досліджень полягають у визначенні найефективніших маркетингових інструментів для забезпечення конкурентоспроможності органічної продукції на ринку України та за кордоном.

Розроблена методика оцінки конкурентоспроможності органічної агропромислової продукції призначена для оцінки та постійного моніторингу рівня її конкурентоспроможності.

Результати оцінки можуть бути використані для вирішення таких завдань: моделювання ситуації у регіональному агропромисловому комплексі; визначення положення окремої логістичної системи органічної агропромислової продукції на регіональному ринку органічної сільськогосподарської продукції; вироблення логістичної стратегії; цілей державного управління та регулювання ринку органічної агропромислової продукції на регіональному, державному та міжнародному рівнях.

Література:

1. Андрєєва Н.М., Зіньковська Д.В. Маркетинговий аудит та інституційне забезпечення у системі просування органічної продукції українських товаровиробників. Органічне виробництво і продовольча безпека: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Житомир, 12—13 травня 2016 р. Житомир, 2016. С. 347—351. URL: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/5293/1/Organik_2016_347-351.pdf (дата звернення: 26.12.2021).
2. Білоткач І.А. Інституціональні особливості логістики органічної сільськогосподарської продукції. Маркетинг та логістика в системі менеджменту: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції, м. Львів, 25—27 жовтня 2018 р. Львів, 2018. С. 20—22.
3. Кальченко А.Г. Логістика: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2003. 284 с.
4. Крикавський Є. Логістика для економістів: підручник. Львів: Львівська політехніка, 2004. 448 с.
5. Настави щодо управління ризиками під час післяврожайної обробки, зберігання та транспортування органічної продукції. URL: Керівництво по оцінці ризиків UKP.pdf — Organic Standard <https://templates.organicstandard.ua> (дата звернення: 26.12.2021).
6. Ринок органічної продукції в Україні. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/podiia/item/9994-rynok-orhanichnoi-produktsii-v-ukraini.html> (дата звернення: 26.12.2021).
7. Organic Market Development in Ukraine. URL: <https://www.fibl.org/en/themes/projectdatabase/projectitem/project/493> (дата звернення: 26.12.2021).

References:

1. Andryeyeva, N.M. (2016), "Marketing audit and institutional support in the system of promotion of organic products of Ukrainian producers", Orhanichne vyrobnytstvo i prodovol'cha bezpeka: materialy IV Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsi [Organic production and food security: materials of the IV International scientific-practical conference], Zhytomyr, Ukraine, 12—13 may, pp. 347—351, Available at: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/5293/1/Organik_2016_347-351.pdf (Accessed 26 december 2021).
 2. Bilotkach, I.A. (2018), "Institutional features of logistics of organic agricultural products", Marketynh ta lohistyka v systemi menedzhmentu: materialy KhII Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Proceedings of the XII International Scientific and Practical Conference "Marketing and Logistics in Management"], Lviv Polytechnic National University Publishing House, Lviv, Ukraine, pp. 20—22.
 3. Kal`chenko, A.G. (2003), Lohistyka: Navch. posib. [Logistics: educational manual], KNEU, Kyiv, Ukraine.
 4. Kry`kavs`ky`j, Ye. (2004), Lohistyka dlia ekonomistiv: Pidruchnyk [Logistics for economists: Textbook], Lviv Polytechnic National University Publishing House, Lviv, Ukraine.
 5. Organic Standard (2021), "Guidelines for risk management during post-harvest processing, storage and transportation of organic products", Available at: <https://templates.organicstandard.ua> (Accessed 26 december 2021).
 6. Kryvenko, O. (2021), "Organic products market in Ukraine", Available at: <http://agro-business.com.ua/agro/podiia/item/9994-rynok-orhanichnoi-produktsii-v-ukraini.html> (Accessed 26 december 2021).
 7. FiBL (2021), "Organic Market Development in Ukraine", Available at: <https://www.fibl.org/en/themes/projectdatabase/projectitem/project/493> (Accessed 26 december 2021).
- Стаття надійшла до редакції 29.12.2021 р.*

www.economy.nayka.com.ua

Електронне фахове видання

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Виходить 12 разів на рік

**Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)
Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292**

e-mail: economy_2008@ukr.net

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73