

Павлишин С. П.

здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії

*Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ, Україна*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У сучасних умовах трансформації національної економіки та інтеграції до глобального аграрного ринку маркетингова логістика набуває ключового значення як фактор підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Маркетингова логістична діяльність в аграрному секторі охоплює не лише фізичне переміщення продукції від виробника до споживача, але й стратегічне управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками, зорієнтоване на формування споживчої цінності.

Сучасні тенденції у цій сфері обумовлені такими факторами, як цифровізація агробізнесу, впровадження інтелектуальних технологій управління ланцюгами постачання (Smart Supply Chain), розвиток e-commerce каналів збуту, підвищення вимог до екологічності логістичних процесів та стандартизації продукції відповідно до вимог міжнародних ринків. Особливої актуальності набуває питання формування ефективної логістичної інфраструктури та побудови агрологістичних кластерів.

У сучасних умовах трансформації національної економіки та інтеграції до глобального аграрного ринку маркетингова логістика набуває ключового значення як фактор підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Вона охоплює фізичне переміщення продукції від виробника до споживача та управління інформаційними і фінансовими потоками.

Проаналізуємо маркетингову логістичну діяльність МХП (ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»). МХП є лідером аграрного ринку України, який демонструє практичну реалізацію концепції інтегрованої маркетингової логістики, що базується на цифрових технологіях, сталому розвитку та клієнтоорієнтованості. Стратегія компанії спрямована на оптимізацію ланцюга постачання, підвищення конкурентоспроможності та розширення експортних ринків збуту. Діяльність агрохолдингу «Миронівський хлібопродукт» відповідає ключовим світовим тенденціям у сфері логістики.

Цифровізація логістичних процесів. МХП впровадив ERP-систему SAP, що забезпечує наскрізне планування, контроль та аналіз логістичних і маркетингових операцій. Крім того, компанія використовує GPS-моніторинг транспорту, IoT-рішення для контролю температури та вологості в холодильних камерах, а також big data-аналітику для прогнозування попиту.

Екологізація логістики. У межах стратегії сталого розвитку МХП впроваджує "зелену логістику", зокрема: використання біопалива (виробленого з власних біогазових установок), оптимізація маршрутів доставки продукції з урахуванням скорочення викидів CO₂, інвестування у власний холодильний автопарк класу EURO-5/EURO-6, що відповідає європейським екологічним стандартам.

Побудова гнучкого логістичного ланцюга. МХП володіє власною інфраструктурою з понад 15 сучасними елеваторними комплексами, логістичними хабами, розміщеними поблизу виробничих потужностей, а також транспортною компанією "УкрАгроКом Транс", що забезпечує повний цикл доставки без залучення сторонніх перевізників.

Інтеграція маркетингу та логістики. Завдяки синхронізації логістики з маркетинговими дослідженнями МХП адаптує продукцію до регіональних особливостей споживчого попиту (в т.ч. експортних ринків ЄС, Близького Сходу, Африки). Агрохолдинг МХП використовує D2C-модель («від виробника до споживача») через бренд "М'ясомаркет", яка поєднує е-комерцію та логістику останньої милі, а також активно формує воронки продажів у цифровому просторі, використовуючи email-маркетинг та аналітику поведінки клієнтів і сегментацію за LTV (Lifetime Value).

Експортна логістика. Компанія МХП експортує продукцію до понад 80 країн світу, забезпечуючи дотримання стандартів HACCP, ISO 22000, BRC, а також провадить інтеграцію у глобальні ланцюги постачання агропродовольчої продукції (наприклад, через порти в Чорноморському регіоні та у співпраці з міжнародними трейдерами).

Інновації та розвиток логістичних кластерів. Агрохолдинг «Миронівський хлібопродукт» приймає активну участь у пілотних проектах із формування агрологістичних кластерів на регіональному рівні, зокрема на базі Черкаської та Вінницької областей, сприяючи розвитку локальної логістичної інфраструктури та залученню МСП до логістичних ланцюгів.

Компанія МХП є прикладом того, як сучасна маркетингова логістика трансформується у багатофункціональний інструмент стратегічного управління, що поєднує ефективність, цифрові інновації та екологічну відповідальність. Запроваджений підхід може бути орієнтиром для інших підприємств аграрного сектору України в контексті євроінтеграції та експансії на експортні ринки агропродовольчої продукції.

Проведемо порівняльний аналіз ключових показників розвитку маркетингової логістики в аграрному секторі України та країна Європейського Союзу (таблиця 1).

Встановлено, що основними тенденціями розвитку маркетингової логістики в аграрному секторі економіки України є: цифровізація агрологістики

(ERP, GPS, IoT, блокчейн); зростання ролі «зеленої логістики»; інтеграція маркетингу та логістики; розвиток агрологістичних кластерів; адаптація до норм ЄС (НАССР, ISO, Global G.A.P.).

Таблиця 1

Порівняльний аналіз ключових показників розвитку маркетингової логістики в аграрному секторі України та країна Європейського Союзу

<i>Показник</i>	<i>Україна</i>	<i>ЄС</i>
Технології	Локальні ERP, GPS	IoT, Smart Supply Chain
Екологічність	Фрагментарна	Системна
Маркетингова інтеграція	Обмежена	Висока
Якість логістики	Нестабільна	Стабільна і стандартизована

Дослідженнями доведено, що ключовими перспективними напрямками розвитку маркетингової логістики на підприємствах аграрного сектору України є: впровадження цифрових платформ для прогнозування логістичних ризиків, розвиток електронної комерції в агробізнесі, побудова транспортно-логістичних хабів регіонального масштабу.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко В.М. Логістичні системи в управлінні діяльністю підприємств. Маркетинг та логістика в агробізнесі: збірник тез III Міжнародної науковопрактичної конференції К.: ТОВ "ЦП "КОМПРИНТ", 2023. С. 23-27.
2. Donald Bowersox, David Closs, M. Bixby Cooper, John C. Bowersox. Supply Chain Logistics Management, 6th Edition. McGraw-Hill, 2024. 512 p.
4. Chopra S. Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, 7th edition, Pearson. 2022. 528 p.
5. Офіційний сайт ПрАТ «Миронівський хлібопродукт». URL: <https://www.mhp.com.ua/>



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**



**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА МІЖНАРОДНОЇ
ТОРГІВЛІ**

МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА В АГРОБІЗНЕСІ

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

присвяченої 127-річчю заснування
Національного університету біоресурсів і природокористування України

10-11 квітня 2025 року

м. Київ

УДК 658.5/.8:631.1

ББК 65.4

М 25

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами V Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в агробізнесі», присвяченої 127-річчю заснування Національного університету біоресурсів і природокористування України, яка відбулась на кафедрі маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту 10-11 квітня 2025 року, м. Київ, Україна.

Редакційна колегія:

Бондаренко В. М., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі НУБіП України;

Ромат Є. В., д. держ. упр., професор, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Голова Спілки рекламистів України;

Соколюк К. Ю., кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник Державної установи «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»;

Рябчик А.В. кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі НУБіП України.

Маркетинг та логістика в агробізнесі: збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції. За ред. Бондаренка В.М. та Рябчик А.В. Київ: Вид-во НУБіП України. 2025. 173 с.

За зміст наукових праць, достовірність наведених фактів і статистичних матеріалів, прізвищ та цитат, оформлення відповідальність несуть автори

ISBN 978-617-8368-22-7

Національний університет біоресурсів і природокористування України, 2025
© Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі, 2025