

що відповідає потребам споживачів і вимогам ринку. Грамотно вибудована асортиментна політика дозволяє підприємству підвищувати прибутковість, зберігати конкурентні переваги і бути гнучким в умовах постійно мінливого ринкового середовища.

Список використаних джерел

1. Гавенко М.С., Шарко В.В. Асортиментна політика підприємства торгівлі в умовах воєнного стану. *Сучасна освіта та наука в глобальному і національному вимірах: виклики, загрози та ефективні рішення: Міжнародна науково-практична конференція*. Вінниця: Вінницький кооперативний інститут, 2024. С. 119-121.

2. Срібний А.В. Напрями оптимізації асортиментної політики. *Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку: матеріали VII Міжнародної наукової конференції*. Одеса: Національний університет «Одеська політехніка», 2024. С. 93-95.

МАРКЕТИНГОВІ ПЕРСПЕКТИВИ ПІДПРИЄМСТВ БОРОШНОМЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ РЕГІОНУ

Тарасов І.Ю., канд. екон. наук, доц.

Якубенко С.Д., магістрант

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Діяльність підприємств агропромислового комплексу відіграє особливо важливу роль не тільки у забезпеченні життєвонеобхідними продуктами конкретного споживача, але й суспільство в цілому. Саме підприємства цієї галузі разом з сільським господарством забезпечують продовольчу безпеку держави.

Експортоорієнтована економіка України розглядала продукцію сільського господарства та підприємств АПК як потужний інструмент отримання валютних коштів для забезпечення функціонування народного господарства.

Початок збройної агресії РФ значно вплинув на можливості українських аграріїв та виробників борошна через:

- ведення бойових дій обумовили неможливість здійснювати у повноцінному обсязі посівну та збиральну компанії у Донецькій, Луганській, Харківській, Миколаївській, Херсонській, Запорізькій та Сумській областях;
- постійні обстріли українських портів Одеси, Південного, Чорноморська та Рені, через які здійснювалося до 90% експорту

українського збіжжя та борошна;

- бомбардування сільськогосподарської інфраструктури – фермерських господарств, обладнання, будівель, елеваторів, зернохосовищ та ін.;

- мінну небезпеку у районах, що знаходяться у безпосередній близькості до зон бойових дій;

- виїзд значної кількості сільських мешканців до інших регіонів країни, як ВПО, та за кордон;

- мобілізація чоловіків до лав ЗСУ;

- порушення логістичних ланцюгів.

Лібералізація торгівлі з ЄС (у т.ч. сільськогосподарською продукцією) та блокада РФ морських шляхів транспортування у Чорному морі обумовила необхідність зміни експортних потоків країни та дозволила Україні в 2022 р. увійти у ТОП-3 постачальників борошна до європейського співтовариства.

Слобжанщина має великий потенціал у борошномельній галузі: 2 підприємства регіону входять до ТОП-10 вітчизняних виробників у 2022/23 маркетинговому році – ВФК «Рома» (3-тє місце) м. Первомайський, Лозівського району та ДП «Новопокровський КХП» (5-тє місце), смт Новопокровка, Чугуївського району.

Аналіз динаміки цін на борошно [1] свідчить про те, що підприємствам галузі вдалося певним чином втримати ситуацію. Максимальна ціна на борошно спостерігалась на початку збройної агресії (квітень 2022 р. – 18,00 грн, травень 2022 р. – 18,25 грн), після чого почав спостерігатися процес її поступового зниження до 15,60 грн у квітні 2024 р. На липень 2024 р. середня ціна у роздрібних торговельних мережах на борошно підвищилась та склала – 17,25 грн за 1 кг. Вивезення борошна Держрезерву з ДП «Новопокровський КХП» (та відповідно поява вільного місця у елеваторі та зернохосовищі) об'єктивно обумовив необхідність активізації ним комерційної діяльності у регіоні з можливістю залучення місцевого збіжжя на переробку, зберігання та відновлення експортної діяльності.

Разом з тим активізація діяльності потребує певних дій з удосконалення маркетингової діяльності вищезазначених підприємств [2, 3]:

1. Удосконалення сайтів з використанням технології AR/VR.

2. Розміщення на сайті та постійного оновлення актуальних цін закупівлі зерна у фермерів. Також є доцільним вказувати обсяги завантаження елеватору та кількість вільного простору.

3. Підтримувати позитивний імідж, у т.ч. за рахунок участі у благодійних та волонтерських акціях.

Список використаних джерел

1. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/product-prices/wheat flour/>
2. Савицька Н.Л., Пахуча Е.В. Ринкова резильєнтність бізнесу: теоретичний конструкт. Бізнес Інформ. 2024. № 2. С. 244-257. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-244-257>
3. Тарасов І.Ю., Ганузек Л.М. Використання AR/VR технологій як сучасний напрям маркетингу. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доп. II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.*, 2 листопада 2023 р. / Державний біотехнологічний ун-т. Харків, 2023.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ІНТЕГРОВАНОГО УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ В ПРОЦЕСІ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ

Тимошенко В.О., магістрант

Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

Сьогодні успіх компанії визначається її здатністю швидко реагувати на нові виклики ринку та ефективно управляти матеріальними потоками в непередбачуваних умовах. Ефективно керуючи матеріальними потоками, компанії можуть уникнути неорганізованих процесів, що призводять до перебоїв і зупинок продажів, втрат часу, грошей і ресурсів, підвищити гнучкість, продуктивність і конкурентоспроможність на ринку. Стабільність і стійкість будь-якого бізнесу можна досягти лише шляхом належної організації матеріальних потоків. Однак, щоб ефективно управляти рухом матеріальних ресурсів, недостатньо керувати і контролювати всі процеси, через які проходить продукція. Необхідно комплексно підходити до проблеми і застосовувати різні стратегії, методи та інструменти.

Кожен аспект, пов'язаний з оптимальним та ефективним рухом запасів, враховується, вдосконалюється і не перешкоджає обраній стратегії організації. Сьогодні існує багато підходів і механізмів планування та управління матеріальними потоками, які активно використовуються національними та міжнародними компаніями. Це і комплексні підходи до управління матеріальними потоками, і використання логістичних концепцій, і своєчасне планування розподілу готової продукції, і управління запасами постачальників, і управління дистрибуцією товарів через залучення посередників, і використання