

Осадчук І. В.

*кандидат сільськогосподарських наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту організацій
Херсонського державного аграрного університету*

Боліла С. Ю.

*кандидат сільськогосподарських наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту організацій
Херсонського державного аграрного університету*

Osadchuk I. V.

*Candidate of Agricultural Sciences (Ph.D),
Associate Professor,
Kherson State Agricultural University*

Bolila S. Yu.

*Candidate of Agricultural Sciences (Ph.D),
Associate Professor,
Kherson State Agricultural University*

ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ СІМЕЙНИМИ ФЕРМЕРСЬКИМИ ГОСПОДАРСТВАМИ В УКРАЇНІ

LOGISTICS ASPECTS OF MANAGING FAMILY FARMS IN UKRAINE

Анотація. У статті розглянуто логістичні аспекти управління вітчизняними новоствореними сімейними фермерськими господарствами та господарствами, що потенційно можуть набути такого статусу. Розкрито сутність логістичного управління ними. Визначено особливості такого управління в українських реаліях. Висвітлено проблеми впровадження логістичного управління у практику роботи досліджуваних господарств. Розроблено рекомендації щодо вдосконалення управління ними на основі застосування логістичного управління для досягнення сталих конкурентних позицій.

Ключові слова: логістичне управління, сімейні фермерські господарства, особисті селянські господарства, логістичні потоки, стала конкурентна позиція.

Постановка проблеми. Україна має всі потенційні можливості для розвитку аграрної галузі, тому головним завданням має бути не лише забезпечення внутрішньої потреби держави високоякісною, доступною за ціною вітчизняною продукцією, а й вихід із такою продукцією на світові ринки. Однак сьогодні до 30% зареєстрованих малих і середніх фірм економічно не функціонують, тобто це або фірми, які не здійснили жодної господарської операції, або фірми, які стали економічно неможливими [1]. На жаль, серед других є фермерські господарства (далі – ФГ), що мають в обробітку земельні ділянки площею до 100 га. Економічний стан великої кількості особистих селянських господарств (далі – ОСГ), що є основною малою формою господарювання на селі, теж залишає бажати кращого, хоча ці господарства здійснюють не менший внесок у забезпечення продовольчої безпеки нашої держави, ніж усі інші форми господарювання на селі, й у них виробляється 43 % валової продукції сільськогосподарства. Важливим є й те, що невеликі за розмірами землеволодіння ФГ та ОСГ нині задіяні у виробництві найбільш трудомістких та найменш рентабельних галузей і забезпечують значну частку у виробництві окремих видів продукції, що не можна назвати експортоорієнтованою. Та градус конкуренції стає все вищим. Майбутнім українським сімейним фермерам, якими в перспективі стануть ті ж селяни – власники нині діючих ОСГ чи голови невеликих ФГ, доведеться несолодко.

Причин економічної неконкурентоспроможності значної кількості невеликих ФГ та ОСГ, що в переважній більшості є потенційними сімейними ФГ, як і новоство-

рених сімейних ФГ зі статусом та без статусу юридичної особи, дуже багато, проте до переліку основних, як свідчить світовий та національний досвід господарювання, беззаперечно, належать незнання їх керівниками основ логістичного управління і, як наслідок, несприйняття ними нових технологій управління, побудованих на використанні принципів логістики, неналежне забезпечення логістики транспортування і зберігання матеріальних ресурсів, виробленої продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми логістичного управління досліджували: Дж. Келлі, Дж.Р. Сток, Д. Ламберт, М. Ліндерс, О. Тридід, Є. Крикавський, О. Величко, Є. Бойко, А. Баскін, Г. Варданян, І. Смирнов, А. Гаджинський, Н. Чухрай. Зокрема, засади логістичної концепції управління висвітлено в роботах С. Курдицького, В. Бондарчук, Дж. Алколей, Р. Луїс, Л. Молдован, А. Кальченко, П. Гудзь, Л. Рудюк, І. Васюк, І. Кабанець, Л. Фролової, А. Тяпухіна та ін. На думку Є.О. Бойко, особливої актуальності ця концепція «набуває в період кризи, коли підприємства повинні організувати свою діяльність так, щоб мінімізувати витрати, пов'язані з рухом та зберіганням товарно-матеріальних цінностей від первинного джерела до кінцевого споживача» [2]. Саме така ситуація спостерігається нині в Україні.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Пошук інноваційних моделей управління є важливою умовою досягнення стійкої конкурентоспроможності підприємства на ринку. Незважаючи на значну кількість наукових праць із проблем логістичного управління, його стан на підприємствах України знаходиться

на початковому етапі свого розвитку. Що вже казати про сімейне фермерство, яке в нашій державі тільки починає розвиватися, а передумови його становлення дуже відрізняються від тих, що мали місце в країнах Західної Європи. Це зумовлює необхідність ще більш поглибленого вивчення та акцентування уваги на необхідності вдосконалення управління вітчизняними новоствореними сімейними ФГ та господарствами, що потенційно можуть набути такого статусу, адекватного умовам сьогодення, за рахунок застосування знань особливостей логістичного управління для досягнення ними сталих конкурентних позицій.

Мета статті полягає у визначенні сутності, особливостей логістичного управління вітчизняними новоствореними сімейними ФГ, невеликими ФГ і товарними ОСГ як потенційними сімейними ФГ та розробленні рекомендацій щодо застосування такого управління для досягнення ними сталих конкурентних позицій.

Завдання дослідження: розкрити сутність та обґрунтувати теоретичні засади логістичного управління сімейними ФГ; визначити особливості логістичного управління вітчизняними новоствореними сімейними ФГ, а також невеликими ФГ і товарними ОСГ як потенційними сімейними ФГ; визначити проблеми впровадження логістичного управління в практику роботи досліджуваних господарств; розробити рекомендації практичного спрямування щодо вдосконалення управління вітчизняними новоствореними та потенційними (невеликими діючими ФГ і товарними ОСГ) сімейними ФГ на основі застосування логістичного управління для досягнення ними сталих конкурентних позицій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світовий досвід господарювання свідчить, що популярною практикою підвищення конкурентоспроможності будь-яких підприємств є управління на основі принципів логістики, застосування логістичного підходу до управління. Не є винятком і вітчизняні новостворені сімейні ФГ, а також невеликі ФГ і товарні ОСГ як потенційні сімейні ФГ, адже логістика в будь-якому бізнесі, підприємстві є важливим складником механізму підтримання та підвищення конкурентоспроможності підприємств, господарств, а в умовах кризового періоду може бути дієвим інструментом їх виживання на ринку.

У науковій літературі зустрічається велика кількість визначень логістичного управління. Однак здебільшого його розглядають як: менеджмент у логістичних системах на засадах теорії/принципів логістики [3; 4]; як цілеспрямований вплив на логістичні потоки [5]; як процес приведення інфраструктури підприємства до стану рівноваги або досягнення цілей з ефективного забезпечення та обслуговування логістичних процесів та операцій на підприємстві/формулювання стратегії, планування, управління і контролю над переміщенням і складуванням сировини, матеріалів, виробничих запасів, готових виробів та формуванням інформації від пункту виникнення до пункту використання (споживання) для найефективнішого пристосування та задоволення потреб клієнта [6; 7].

Аналіз наявних підходів до визначення поняття «логістичне управління» дав нам змогу дати узагальнене визначення поняття «логістичне управління сімейним ФГ»: це поєднання в практиці сімейного фермерства основних управлінських функцій та логістичних активностей для реалізації й узгодження економічних інтересів безпосередніх і опосередкованих учасників підприємницьких процесів через найбільш ефективне використання ресурсів у наявних умовах господарювання і досягнення цілей сформованої мікрологістичної системи.

Відмінність логістичного управління вітчизняними невеликими ФГ і товарними ОСГ як потенційними сімейними ФГ, а також новоствореними сімейними ФГ та їх об'єднаннями від традиційного управління діючими основними малими формами господарювання на селі полягає у тому, що воно як за стратегічними, так і за тактичними цілями і завданнями повинно бути пов'язане з управлінням маркетингом, виробництвом, інвестиціями, інноваціями, фінансами, інформацією, персоналом, якщо такий є, тощо, тобто з усіма функціональними галузями управління господарством.

Особливістю логістичного управління вітчизняними сімейними ФГ, їх об'єднаннями та господарствами, що в перспективі набудуть статусу сімейних ФГ, є те, що воно має здійснюватися у ході закупівель матеріальних ресурсів, виробництва і збуту готової продукції й повинно узгоджувати економічні інтереси всіх учасників підприємницьких ресурсів шляхом найбільш ефективного використання наявних ресурсів у даний період часу. І тут надзвичайно важливим є той факт, що на разі селяни ще не розглядають свої господарства як ланки тієї чи іншої логістичної системи і не розуміють їх ролі в забезпеченні руху логістичних потоків.

У цілому застосування логістичного підходу в управлінні наявними і потенційними сімейними ФГ сприятиме забезпеченню їх конкурентоспроможності, досягнення ними сталих конкурентних позицій як можливостей підтримувати досягнуті конкурентні позиції «в конкурентному полі, забезпечувати стабільний рівень розвитку та ефективно адаптуватися до змін факторів зовнішнього середовища» [8, с. 37].

Слід наголосити, що значимість та складність комплексного залучення інтеграційних і адаптивних властивостей логістики у сферу управління наявними чи потенційним сімейним ФГ визначається досягненням відповідного рівня професіоналізму виробника в організації та реалізації процесів щодо створення споживчої вартості ринкової продукції.

Отже, на рівень професіоналізму майбутніх сімейних фермерів, як і на досягнення ними успіху, впливає багато чинників і серед них важливе місце посідають знання і застосування управлінських технологій, заснованих на принципах логістики. Не викликає сумніву факт, що існує низка проблем, які заважають ефективному впровадженню логістичного управління в практику роботи потенційних сімейних ФГ, а саме невеликих ФГ і ОСГ.

Кожна людина розуміє успіх по-своєму. У попередніх авторських дослідженнях [9, с. 69] за допомогою анкетування вивчалось питання щодо того, як розуміють життєвий успіх фермери – голови невеликих ФГ. Дослідження показало, що в основі їх мотиваційної сфери знаходиться прагнення особистості до поліпшення наявних або отриманні унікальних результатів своєї діяльності, що зорієнтовані на досягнення певних цілей. У структурі цієї потреби – потреби в досягненні – є два основні складники: прагнення до досягнення успіху і бажання уникнути невдачі. Респонденти розділилися в оцінці свого прагнення до успіху на дві групи. Переважна більшість (75%) оцінила його як середній, а 25% – як високий. Ми провели таке ж анкетування серед власників товарних ОСГ й отримали невітніший результат: у 63% респондентів актуалізувався вторинний складник потреби в досягненні – бажання уникнути невдачі. Це сталося внаслідок несприятливого досвіду селян у веденні власного господарства.

Дослідження впливу на поведінку селян поєднання прагнення до успіху і певного рівня їх самооцінки, що передбачає оцінку особистістю самої себе, своїх можли-

востей, якостей, місця серед інших і залежить від різноманітних особистісних та соціальних чинників, дало цікаві результати. У групах фермерів та власників товарних ОСГ, що високо оцінюють власне прагнення до успіху, виділилося по дві підгрупи: з реалістичною та завищеною самооцінкою. Селяни з високою потребою в досягненні успіху та реалістичною самооцінкою виявляють реалістичність у постановці та виборі цілей, їм краще працювати в ситуаціях, які передбачають їх особисту відповідальність під час досягнення мети. Селяни з високою потребою в досягненні успіху та завищеною самооцінкою, щоразу ставлячи перед собою недосяжні цілі, з часом почали діяти інакше: тепер вони ставлять такі цілі, щоб точно вистачило сил їх досягти, а досягнувши їх – отримують задоволення, навіть якщо для цього не потрібно було докладати значних зусиль. Це надає їм більше шансів задовольнити потребу в досягненні успіху, однак не приносить справжнього успіху в їх підприємницькій діяльності.

У ході вивчення складників життєвого успіху селян установлено, що чоловіки найбільше прагнуть душевного спокою, пов'язаного з відсутністю матеріальних проблем, а жінки – моральної задоволеності особистим життям.

Більшість фермерів – голів невеликих ФГ та селян – власників товарних ОСГ основною перешкодою в досягненні успіху назвали нестачу навичок розв'язування проблем. Основними способами вирішення проблем, які вони застосовують для того, щоб подолати основні перешкоди в досягненні успіху в роботі та особистому житті, 57% жінок-фермерів та 81% чоловіків-фермерів назвали «подвоєння», тобто максимальне використання часу і можливостей. Схожий результат, але з точністю до навпаки, отримано й під час опитування селян – власників товарних ОСГ: 88% жінок і 61% чоловіків. Однак дослідження показало, що в дійсності більше 60% респондентів не вміють раціонально використовувати свій час, 53% не бажають здійснювати делегування повноважень. Окрім того, респонденти вказують на відчуття нестачі вмінь методично й раціонально працювати над розв'язанням проблем, а це означає нестачу вмінь приймати якісні управлінські рішення та реалізовувати їх. Однак для подолання цих обмежень вони навіть не намагаються застосувати наукові методи, обрати дієві способи, а це породжує нагромадження нерозв'язаних проблем, що з часом паралізує дії селянина як керівника свого власного господарства – чи то невеликого ФГ, чи ОСГ.

Здолати виявлені у ході дослідження обмеження, що заважають досягати успіху, селяни можуть завдяки: самовизначенню (самостійному вибору і встановленню власних цінностей, норм поведінки, з'ясуванню своїх потреб і можливостей, визначенню прийнятних для нас способів поведінки, а також критеріїв, за якими ми самі оцінюємо себе і свої досягнення); оптимальному і ефективному використанню особистих ресурсів (насамперед часу) і власних можливостей; послідовному і цілеспрямованому застосуванню випробуваних та інноваційних методів управління (у т. ч. логістичного) та будь-якої іншої роботи у щоденній практиці; вмінням перемагати у боротьбі із зовнішніми обставинами, долати перепони, які виникають як на роботі, так і в особистому житті.

Для того щоб життєвий успіх не був лише мрією для селян, їм необхідно підвищувати кваліфікацію, наприклад на відповідних курсах, спеціальних тренінгах, метою яких є формування системи знань та вмінь із менеджменту, серед яких значну частку мають становити знання та вміння зі сфери логістичного управління. Йдеться насамперед про формування логістичних умінь розробляти та впроваджувати методики, процедури щодо ефек-

тивного управління потоковими процесами на всіх етапах їх життєвого циклу – від «вихідного джерела сировини і матеріалів» до кінцевого результату. Однак важливо наголосити й на необхідності здійснення селянами самостійного менеджменту, передусім застосовувати тайм-менеджмент, виявляти і долати власні слабкості, організувати особисту працю, економити ресурси, підтримувати власне здоров'я тощо.

Застосування логістичного управління як складника загального управління сімейним ФГ, ФГ чи ОСГ передбачає на практиці розроблення та впровадження таких методик, процедур та рекомендацій щодо ефективного управління потоковими процесами на всіх етапах життєвого циклу, які спираються на принципи логістичного управління. Використання цих принципів дає господарству змогу найбільш оптимально реалізовувати свої цілі й завдання щодо задоволення потреб і вимог кожного споживача й у процесі управління господарством має розпочинатися з установлення певних універсальних правил, що відкриють перед ним нові можливості й яких повинні дотримуватися всі члени господарства і його голова. Насамперед це принцип ключової компетентності, згідно з яким господарство чи група господарств розглядається як цілісна логістична система, що еволюціонує на основі взаємодії внутрішніх і зовнішніх ключових компетенцій. Цей принцип виражає таку важливу властивість господарства/групи господарств, як здатність визначити та реалізувати свої можливості з надання споживачам продукту, певних переваг і вигод, які перевершують можливості конкурентів. Разом із тим перспективною є й схема включення господарства/групи господарств у ту чи іншу логістичну мережу, коли вони формуються та функціонують у єдиному організаційно-технологічному та інформаційному середовищі за рахунок об'єднання ресурсів різних організацій у певному часовому проміжку. Розширені можливості та нові якості логістичних мереж дають змогу поєднувати і більш ефективно використовувати обмежені ресурси, які використовуються для досягнення ключових компетенцій, насамперед здатності сформувати й утримати у певних часових перспективах конкурентні переваги під час створення споживчої цінності продуктової пропозиції.

Логістичне управління досліджуваними господарствами має ґрунтуватися й на інших основних принципах загального характеру: цілісності, згідно з яким господарство/група господарств є цілісною логістичною системою; системності, що передбачає формування потокового процесу; науковості, який вимагає виконання розрахунків усіх параметрів траєкторій руху потокового процесу; комплексності, що вказує на необхідність розвитку логістичної інфраструктури для здійснення потокових процесів у конкретних умовах функціонування господарства; конкретності як вимозі здійснення потокового процесу з найбільш оптимальними витратами всіх видів ресурсів господарства і чіткого визначення конкретного результату логістичного управління ним; конструктивності, суть якого полягає у необхідності безперервного відслідковування всіх переміщень та трансформації об'єктів потокового процесу та оперативне коригування його параметричних характеристик; надійності, який передбачає забезпечення безвідмовності та безпеки руху об'єктів потокового процесу; гнучкості, який передбачає вироблення та вбудовування у логістичну систему механізмів, що дають можливість прогнозувати тенденції зміни стану зовнішнього середовища та відпрацювати адекватні їм дії; варіантності, що вимагає створення резервних логістичних потужностей для забезпечення реалізації можли-

вості адекватного реагування господарства на коливання споживчого попиту, і т. д.

Важливо наголосити на тому, що рушійною силою логістичної активності господарства чи групи господарств на ринку є наявність чітко визначених і усвідомлених його головою, членами та його бізнес-партнерами кінцевих результатів такої діяльності. Формулювання конкретних цілей логістичного управління поточними процесами для голови ФГ, ОСГ чи сімейного ФГ часто є проблемою. Для визначення цілей логістичного управління і перевірки їх на адекватність голови господарств можуть звернутися до відомої концепції SMART (Specific – Manageable – Achievable – Resourced – Time-bounded). І якщо на перевірку виявиться, що пропонується мета конкретна, керована, досяжна, забезпечена ресурсами і розумінням необхідності безумовного дотримання часових рамок виконання замовлення, а всі її складники зважені й приведені у відповідність одна одній, то її можна визначеною. Слід розуміти, що необхідно також визначити рівні декомпозиції цілей з їх деталізацією, формуючи так назване «дерево цілей», яке відображає систему цілей, реалізація яких забезпечує реалізацію місії господарства/групи господарств.

У практиці управління потенційними та новоствореними сімейними ФГ, а також їх об'єднаннями дієвими можуть бути такі поширені у світі логістичні системи й методи: KANBAN – японська система виробничої логістики; ABC, XYZ – методи управління запасами; CUMA – кооперативи зі спільного використання техніки; Material Requirements Planning – планування матеріальних потреб; Material Recourse Planning – планування матеріальних ресурсів; Distribution Requirements Planning – планування збутових потреб; Distribution Recourse Planning – планування збутових ресурсів; Logistics Recourse Planning – планування логістичних ресурсів; Just in Time – точно в строк; Continuous Replenishment Management – менеджмент безперервного поповнення запасів; Efficient Consumer Response – ефективне обслуговування клієнта; Electronic data Interchange – електронний обмін даними (відповідно: MRP1, MRP2, MRP3, DRP1, DRP2, LRP, JIT, CRM, ECR, EDI).

Впровадження у практику управління досліджуваними господарствами логістичного управління дасть змогу забезпечити високу конкурентоздатність їх продук-

ції за рахунок оптимізації витрат, пов'язаних із виробництвом і реалізацією товарів, скороченням запасів матеріальних ресурсів і готової продукції у сферах виробництва, постачання і збуту, скороченням тривалості виробничого циклу і циклу виконання замовлень клієнтів; прискорення оборотності обігового капіталу; максимальне задоволення потреб споживачів за рахунок глибокого розуміння їх вимог до якості продукції та сервісу, умов надання послуг; створення можливостей реконструювання процесів виконання замовлень для поліпшення показників систем постачання, виробництва та обслуговування; мінімізацію часу на формування, організацію логістичних бізнес-процесів, підвищення їх ефективності, впровадження гнучких автоматизованих і роботизованих виробництв, що дають змогу швидко переходити на випуск нових видів продукції, створення дистрибутивних каналів збуту тощо.

Висновки. Таким чином, успіх будь-якої форми господарювання у сучасних умовах залежить від того, наскільки оперативно вона здатна адаптуватися до змін ринкового середовища. Швидкість адаптації залежить від багатьох чинників. Однак чи не найбільш важливим є вміння організації управлінського процесу на засадах і принципах логістики, адже саме вона є тим специфічним способом діяльності підприємств, що здійснюють свою діяльність на селі, які здатні забезпечити досягнення вітчизняними новоствореними сімейними ФГ, а також невеликими ФГ і товарними ОСГ як потенційними сімейними ФГ сталих конкурентних позицій. Загальному зміцненню позицій вітчизняних новостворених та потенційних сімейних ФГ, їх об'єднань на внутрішньому ринку продовольства і підвищенню їх конкурентоспроможності на зовнішньому ринку сприятиме застосування в практиці роботи цих господарств логістичного управління, спрямованого на узгодження економічних інтересів усіх учасників підприємницьких ресурсів. Серед сільського населення слід також активно пропагувати освіту та самоосвіту в площині управління власним господарством – сімейним ФГ, невеликим ФГ чи ОСГ, зокрема логістичного управління, а також самовдосконалення кожного селянина в площині самоменеджменту.

Перспективою подальших досліджень у даному напрямі є розроблення інноваційних методів ефективного управління поточними процесами, частиною яких є сімейні ФГ, на всіх етапах їх життєвого циклу.

Список використаних джерел:

1. Горьовий В.П., Тимчук С.В. Управління фермерським господарством в умовах жорсткої конкуренції на ринку. URL: http://pidruchniki.com/1075110761756/menedzhment/upravlinnya_fermerskim_gospodarstvom_umovah_zhorstkoyi_konkurentsiyi_rinku#57/.
2. Бойко Є.О. Логістичне управління підприємством – запорука його конкурентоспроможності. URL: http://consult-center.com.ua/wpcontent/uploads/2014/02/%D0%91%D0%BE%D0%B9%D0%BA%D0%BE_%D0%95%D0%9E.pdf.
3. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії: підручник для студ. вищ. навч. закладів. Л.: Інтеллект-Захід, 2004. 416 с.
4. Гюлев Н.У. Конспект лекцій із курсу «Логістичний менеджмент» Модуль 1. Логістичний менеджмент (для студентів 5 курсу денної і 5 курсу заочної форм навчання спеціальності 7.03060107 і 8.03060107 «Логістика»). Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2016. 52 с.
5. Паласюк Б. Логістичне управління підприємством: сутність і основні принципи. Галицький економічний вісник. 2012. № 3(36). С. 166–170.
6. Струтинська І.В. Проблеми логістичного управління підприємствами. Наука й економіка. Менеджмент і маркетинг. 2010. № 4.
7. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т. 2. / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. К.: Академія, 2000. 864 с.
8. Василенко В.А. Аспекти формування конкурентних позицій підприємств в сучасних умовах. Проблеми системного підходу в економіці. 2014. Вип. 47. С. 36–40.
9. Осадчук І.В., Сендецька Ю.В. Самоменеджмент і його роль у досягненні життєвого успіху студентами аграрного університету та фермерами. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2016. № 17. Ч. 3 С. 68–71.

Анотація. В статті розглянуті логістичні аспекти управління українськими новоствореними родинними фермерськими господарствами та господарствами, які потенційно можуть отримати такий статус. Розкрито сутність логістичного управління ними. Визначено особливості такого управління в українській реальності. Освітлено проблеми впровадження логістичного управління в практику роботи досліджуваних господарств. Розроблено рекомендації щодо вдосконалення управління ними на основі застосування логістичного управління для досягнення стійких конкурентних позицій.

Ключові слова: логістичне управління, маркетингове управління, родинні фермерські господарства, особисті селянські господарства, стійка конкурентна позиція.

Summary. The paper looks at the logistics aspects of managing the domestic newly-created family farms and the farms which can acquire such a status in future. It reveals the essence of their logistics management. The study determines the specific character of such management in Ukrainian reality. It examines the problems of implementing logistics management in the practice of the investigated farms. The paper develops the recommendations on how to improve their management on the basis of introducing logistics management aimed at the achievement of steady competitive positions.

Key words: logistics management, family farms, individual rural farms, logistics flows, steady competitive position.

УДК 005.21:659.126:[332.122:338.43](477.7)

Павлова І. О.
*здобувач, старший інспектор
відділу аспірантури і докторантури
Одеської національної академії харчових технологій*

Pavlova I. O.
*Chief inspector of the department
of postgraduate studies and doctorate
Odessa National Academy of Food Technologies*

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ПІВДЕННОГО РЕГІОНУ

MARKETING STRATEGY OF BRAND PROMOTION OF THE RURAL TERRITORIES OF THE SOUTHERN REGION

Анотація. У статті враховане авторське розуміння співвідношення понятійних конструктів «маркетинг територій» і «брендинг територій», а також «маркетингова стратегія» і «стратегія просування бренду територій». Сформовано маркетингову парадигму брендингу сільських територій. Визначено етапи просування територіального бренду. Наведено інструменти брендування сільських територій Південного регіону. Представлено основні виміри цінності бренду територій. Здійснено типологію бренд-проектів сільських територій Південного регіону і визначено їх відповідність локальним місцям сільського простору.

Ключові слова: бренд, брендинг, маркетингова стратегія, Південний регіон, сільські території, територіальний маркетинг.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку глобалізації посилюється конкуренція не тільки між товарами, корпораціями, територіальними утвореннями різних рівнів, а й між їх брендами. Звідси – зростання вимог до брендингу як інструменту маркетингу та функції менеджменту, призначенням якого є створення та просування привабливого образу об'єктів брендування, серед яких, з огляду на завдання реалізації стратегії сталого розвитку України, особливе місце посідають сільські території. У системі брендингу сільських територій важливу роль відіграє маркетингова стратегія просування їх бренду з використанням різних інструментів та технологій. Найбільший ефект щодо реалізації цієї стратегії досягається на регіональному рівні сільських територій, які вирізняються своїми функціональними характеристиками та особливостями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема брендингу сільських територій є складником територіального брендингу, дослідження якого започатковано британським маркетологом С. Анхольтом, що охарактеризував бренд територій як відбиття «сутності місця» [1, с. 15] та розкрив зміст поняття «ідентичність бренду» [2]. У працях російських учених висвітлено питання, що пов'язані з маркетингом територій як фактором їх соціально-економічного розвитку [3], інструментарієм стратегічного маркетингу [4], брендом малих територій [5], брендом територій як символічним капіталом [6], просуванням територіального бренду [7], комунікаційними стратегіями територіального брендингу [8]. В Україні територіальний брендинг у цілому і брендинг сільських територій зокрема став предметом наукових досліджень лише в останні роки, тому тематика цих досліджень не