

Інституційна інфраструктура на рівні регіону структурно складається з загальних, спеціалізованих, інформаційних та регламентуючих інституцій. Розвиток кожної з них здійснює вплив на формування ланцюгів постачання на рівні регіону так як і сама така діяльність в тій чи іншій мірі здійснює вплив на згадані інституції, що, в свою чергу, сприяє розвитку регіону. Результати дослідження свідчать, що в Україні відсутні державні інституції, діяльність яких спрямована на вирішення логістичних проблем формування ланцюгів постачання в регіоні.

#### Список використаних джерел:

1. Григорак М.Ю. Інтелектуалізація ринку логістичних послуг: концепція, методологія, компетентність: монографія / М.Ю. Григорак. – К.: Сік Груп Україна, 2017. – 513 с.
2. Економіка логістичних систем : [монографія] / [М. Василевський, І. Білик, О. Дейнега, М. Довба, О. Костюк, С. Крикавський та ін.]. – Львів : Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2008. – 596 с.
3. Кислий В.М. Теоретичні основи формування організаційно-економічного механізму екологізації логістичних процесів / В.М. Кислий, Т.І. Жарик. – Вісник СумДУ. Серія «Економіка», № 1' 2016. – Режим доступу: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/51410/1/Kyslyi\\_%D1%81luster\\_approach.pdf](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/51410/1/Kyslyi_%D1%81luster_approach.pdf)
4. Крикавський Є. Логістика для економістів : [підручник] / Є. Крикавський. – 2-ге вид., випр. і доп. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 476 с.
5. Кологривов М. М. Інфраструктура і режими експлуатації систем газонафтопродуктотранспорту : навчальний посібник / М. М. Кологривов ; за ред. В. В. Притули. – Одеса : Вид. центр ОДАХ, 2009. – 60 с
6. Мішенін Є.В. Екологоорієнтоване логістичне управління виробництвом: монографія / [Є.В. Мішенін, І. І. Коблянська, Т.В. Устік, І.С. Ярова]; за наук. ред. д.е.н., проф. Є.В. Мішеніна – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2013. – 248 с.
7. Національний стандарт України. Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять. ДСТУ 4303:2004. – К.: Держспоживстандарт України, 2005.
8. Регіональні логістичні системи: теорія і практика: монографія / З.В. Герасимчук, Л.Л. Ковальська, Н.В. Хвищун, О.Д. Мороз. – Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2011. – 264 с.
9. Овчаренко Г. Управління ланцюгами постачання підприємства на основі системи SCM / Г. Овчаренко, О. Рудківський // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 3. – Т. 1. – С. 138–142.
10. Якимішин Л. Я. Логістика ланцюгів поставок товарів повсякденного попиту: М онографія / Л. Я. Якимішин. - Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2017. – 220 с.
11. Jacoby D., Hodge D. Infrastructure investment: the supply chain connection. Logistics. May 04, 2017 | 6:18 PM [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.supplychainquarterly.com/topics/Logistics/scq200804infrastructure>.

УДК 338.432.5

Паленичак О.В., к.е.н., старший науковий співробітник  
Інститут сільського господарства Карпатського регіону НААН

### УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЮ БЕЗПЕКОЮ РЕГІОНУ ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Для сільськогосподарських підприємств Карпатського регіону характерним є використання ріллі на схилі землях, що не сприяє ефективному використанню земельно-ресурсного потенціалу аграрного сектору і забезпечення населення окремими видами продуктів харчування першої необхідності. Удосконалення управління продовольчою безпекою регіону шляхом використання екологічного маркетингу сприятиме раціональному використанню земельно-ресурсного потенціалу, зменшенню ресурсоемності сільськогосподарської продукції, зростання рівня її конкурентоспроможності, підвищенню рівня продовольчого забезпечення населення.

**Ключові слова:** схилі землеробство, аграрний сектор, екологічнобезпечна продукція, екологічний маркетинг, продовольча безпека, регіон

Palenichak O.

### IMPROVING THE FOOD SECURITY MANAGEMENT OF THE REGION BY USING ENVIRONMENTAL MARKETING

For agricultural enterprises of the Carpathian region, the use of arable land on sloping lands is characteristic, which does not contribute to the effective use of the land-resource potential of the agricultural sector and the provision of population with certain types of food products of prime necessity. Improving the food safety management of the region through the use of environmental marketing will promote the rational use of

land resources potential, decrease of the resource intensity of agricultural products, increase of its competitiveness, and increase the level of food supply of the population.

**Key words:** slope agriculture, agrarian sector, ecologically safe products, ecological marketing, food safety, region

Паленичак А.В.

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ РЕГИОНА ПУТЕМ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

Для сельскохозяйственных предприятий Карпатского региона характерно использование пашни на склоновых землях, что не способствует эффективному использованию земельно-ресурсного потенциала аграрного сектора и обеспечения населения отдельными видами продуктов питания первой необходимости. Совершенствование управления продовольственной безопасностью региона путем использования экологического маркетинга будет способствовать рациональному использованию земельно-ресурсного потенциала, уменьшению ресурсоемкости сельскохозяйственной продукции, росту ее конкурентоспособности, повышению уровня продовольственного обеспечения населения.

**Ключевые слова:** склоновое земледелие, аграрный сектор, экологически безопасная продукция, экологический маркетинг, продовольственная безопасность, регион

**Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Удосконалення управління продовольчою безпекою є важливою умовою підвищення рівня забезпечення населення окремими видами продуктів харчування першої необхідності. Незважаючи на те, що в останні роки аграрний сектор вітчизняної економіки демонструє позитивну динаміку щодо нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, рівень і структура споживання окремих видів продуктів харчування не відповідає науково-обґрунтованим нормам. Вирішення проблеми ефективного управління процесами продовольчої безпеки набуває особливої актуальності, що пов'язано з тими зовнішніми і внутрішніми викликами, які зумовлені інтеграцією вітчизняного аграрного сектору у світову економіку.

**Аналіз останніх досліджень у яких започатковано вирішення проблеми.** Теоретико-методологічні проблеми регулювання аграрної економіки в контексті продовольчого забезпечення населення знайшли відображення у працях: В. Амбросова, П. Борщевського, В. Бойка, В. Власова, П. Гайдуцького, М. Калінчика, І. Лукінова, Б. Пасхавера, П. Саблука, О.Ульянченка, О. Шкуратова, О. Шпичака. Разом з тим, незважаючи на значний науковий доробок, ряд питань щодо регіональної специфіки досліджено недостатньо. Зокрема, для території Карпатського регіону характерним є використання ріллі на схилових землях, що не сприяє ефективному використанню земельно-ресурсного потенціалу аграрного сектору.

**Цілі статті.** Метою цієї роботи є обґрунтування необхідності використання екологічного маркетингу у процесі удосконалення управління продовольчою безпекою регіону.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Нині світовий ринок розвивається в напрямку посилення уваги до екологічних властивостей товарів і послуг, тому інформація про наявність екологічно безпечної продукції, яка характеризується високою якістю і поживною цінністю, є одним із важливих факторів підвищення її конкурентоспроможності і розширення каналів реалізації. Ринок екологічно безпечних продуктів харчування, зокрема, молока і молокопродуктів може стати одним з перспективних напрямів розвитку аграрних підприємств у природно-кліматичних зонах Передкарпаття і Карпат Львівської області.. Проте внаслідок низьких закупівельних цін на молоко у Львівській області у природно-кліматичних зонах у Передкарпатті і Карпатах у сільськогосподарських підприємствах його питома вага у структурі

валової продукції є стабільно низькою і, зокрема, у 2016 році становила відповідно 1,5% і 4,3%. Водночас цінова надбавка на аграрну продукцію, яка вирощена в умовах схилового землеробства, але в екологічно чистій місцевості, дозволила б товаровиробникам підвищити ефективність її виробництва.

На сучасному етапі розвитку аграрного сектора області в умовах схилового землеробства вирішальна роль щодо нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції та підвищення його ефективності належить екологічному маркетингу. Як свідчать дослідження, в Україні вже склались об'єктивні умови для активного формування попиту на екотовари: клієнти готові платити розумну цінову надбавку за високоякісну, корисну та безпечну продовольчу продукцію. Нині її потенціальними споживачами можуть стати близько 5% населення великих міст України та близько 1% середніх, тому що ціни на екопродукти в торговельних мережах сильно завищено. Якщо за кордоном націнка в середньому становить 15—30%, то в Україні вона може сягати 200-300% [ 1 ]. За даними досліджень у середньому близько 35% нової продукції зазнає невдачі. Основними причинами таких невдач на ринку є: завищена ціна [ 2 ]. Ціна безпосередньо впливає на фінансові показники підприємства, сприйняття споживачами його торгових марок і їх позиціонування з погляду споживчої цінності, яка пропонується. Ціна формує прибуток і частку ринку, а також є індикатором якості товару. Правильне її встановлення дає можливість виживати в складних економічних умовах вести ефективну діяльність підприємства [ 3 ].

Слід зазначити, що результативність використання екологічного маркетингу визначатиметься рівнем державної аграрної підтримки сільськогосподарських товаровиробників, оскільки серед передумов, які сприяють розвитку продовольчого ринку, важливе місце займає державний бюджет незалежно від рівня його функціонування. Об'єктивна необхідність державної підтримки аграрного виробництва пов'язана з низьким рівнем еластичності між зміною цін, попитом і пропозицією продовольчих товарів, а також з підвищеною ризикованістю аграрного виробництва [ 4 ]. Тому у більшості країн світу розвиток галузей продовольчого комплексу визначається рівнем державної підтримки аграрного сектору шляхом фінансування окремих напрямів і цільових програм АПК.

Обґрунтування використання екологічного маркетингу в умовах схилового землеробства у процесі удосконалення управління продовольчою безпекою регіону передбачає здійснення комплексу організаційно-економічних заходів (рис. 2.1.).

Важливим етапом розвитку екологічного маркетингу в умовах схилового землеробства є використання торгової марки (бренду), яка є ключовим фактором популяризації і репутації товару. У високорозвинутих країнах світу просування на ринку продовольчої продукції під торговою маркою (брендом) набуло значного розвитку. Крім того, стосовно досліджуваного регіону екологічне маркування надасть споживачам інформацію про екологічний пріоритет пропонованої продукції. У свою чергу, виробник отримає додаткові фінансові надходження, що стимулюватимуть виробництво і зміцнять його позицію на ринку [ 5 ].

На сучасному етапі розвитку аграрної економіки зростає роль екологічної сертифікації, яка надає інформацію про те, що сировина, ґрунти, територія, виробничі процеси відповідають складовим вимогам стандартів, які в свою чергу залежать від природних умов. Екологічна сертифікація набуває дедалі більшого розвитку у високорозвинутих країнах світу, які допускають на свої ринки насамперед ISO сертифіковані фірми. Екологічна сертифікація – добровільна маловитратна форма гігієнічного тестування і висновку про можливість віднесення продукції до екологічно чистої. У випадку позитивного результату визначається рівень екологічної чистоти і видається сертифікат, який, у свою чергу, має за собою право на юридично бездоганну рекламу продукції як екологічно чистої.



Рис. 2.1 – Обґрунтування використання екологічного маркетингу в умовах схилового землеробства у процесі удосконалення управління продовольчою безпекою регіону

\*Розроблено автором

Внаслідок вступу України до Світової організації торгівлі відбувається поступова гармонізація вітчизняного законодавства з міжнародними нормами та стандартами, а також використовуються відповідні механізми щодо забезпечення захисту прав інтелектуальної власності. Географічне зазначення є одним із важливих об'єктів інтелектуальної власності і призначене для ідентифікації товару або послуги, що походить із певної території та має відповідну якість, репутацію чи інші характеристики, що зумовлені природно-кліматичними умовами, традиційними технологіями їх виготовлення.

В інтересах споживача необхідно здійснювати правове визнання і захист виробників на географічне зазначення походження товарів. Незаконне використання зазначення походження товару дозволяє отримати невідповідну перевагу перед конкурентами і повністю або частково підірвати репутацію виробників, які мають відповідну охорону прав. У Львівській області прикладом недобросовісної конкуренції є ПАТ «Галичина», яке надавало неправдиві відомості щодо території походження сировини. Зокрема, цим переробним підприємством у 2012 році було закуплено 1,1% молока від загального обсягу у населених пунктах віднесених до зон радіоактивного забруднення внаслідок Чорнобильської катастрофи (Житомирська та Київська область). Окрім того, за повідомленням Інституту продовольчих ресурсів, молочна продукція

продавалась у тарі, яка згідно ДСТУ 4518:2008 п.4.5.1. не дозволяє наносити на неї напис «екологічно чиста» [ 6 ].

**Висновки.** Проведені дослідження показують, що в умовах схилового землеробства важливого значення набуває нарощування обсягів виробництва і переробки екобезпечної продукції на основі її автентичності, тобто використання традиційних рецептів, які характерні для даної місцевості. Розвиток екологічного маркетингу в сільськогосподарських підприємствах у природно-кліматичних зонах Передкарпаття й Карпат шляхом надання інформації про екологічні переваги товару, а також технологічних особливостей його приготування сприятиме розширенню каналів ринку збуту, конкурентоспроможності та прибутковості. У цих зонах сільськогосподарські підприємства, які здійснюють виробничу діяльність на схилових землях, можуть створювати мережу власних фірмових магазинів або торгувати на міських ринках.

Передгірські і гірські райони Львівської області характеризуються низьким рівнем забруднення навколишнього середовища, що відіграє важливе значення у процесі виробництва екологічно безпечної продукції. Водночас у цих зонах середньомісячна заробітна плата є нижчою від обласного показника. Використання цінової надбавки 1-10% на екологічно безпечні молочні продукти, дозволить сформувати грошовий фонд для часткової компенсації вартості продукції, яка буде придбана соціально-незахищеними верствами населення, що проживає у Передкарпатті і Карпатах у розмірі від 1,1 до 10,7 млн. грн. При умові, якщо процент боніфікації на молочну продукцію становитиме 10%, то рівень її споживання соціально-незахищеними верствами населення зросте на 18-20%.

#### **Список використаних джерел:**

1. Оскольський В.В. Екологічно чисте виробництво: економічні та організаційні аспекти управління якістю продукції / В.В. Оскольський // Економіка України. – 2013. - №11 (624). – С. 4 – 12. – С.9
2. Бараник Ю. Застосування підприємницького підходу до розробки нових товарів на підприємстві / Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2015. – Вип.27. – с.29.
3. Крамаренко Г.О. Ціноутворення в умовах ринкових реформ / Г.О. Крамаренко // Фінанси України. – 2011. – №5. – С.60-66.
4. Галицький О.М., Николок О.В. Методологія інституціоналізації державного регулювання аграрного виробництва / О.М. Галицький, О.В. Николок // Агросвіт. 2017. - №13. – С.27
5. Офіційний сайт Програми екологічного маркування в Україні [Електронний ресурс] //ВГО «Жива планета». – Режим доступу: [http://ecolabel.org.ua/.](http://ecolabel.org.ua/)
6. Галичина заплатить споживачам 68 тисяч гривень через брехню споживачам про походження молока. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lviv.nashigroshi.org>

УДК 338.12.017

Павлов К.В., к.е.н., доцент, докторант

Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

### **ОГЛЯД КОНКУРЕНТНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ, ЕКОНОМІЧНИХ ТА СОЦІАЛЬНИХ ПОКАЗНИКІВ РИНКІВ ЖИТЛА В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ**

В умовах отримання нових барв ринкової економіки орієнтованої на інтегрування до європейського простору, особливої актуальності набувають питання регіонального саморозвитку на засадах прозорості конкуренції. Відсутність дієвих підходів до реалізації механізму регулювання конкуренції на регіональних ринках житлової нерухомості спричинило значну монополізацію будівельного сектору, появу диспропорцій в його розвитку та соціальну напругу населення. Формування регіональної політики регулювання конкурентних відносин у будівництві має відбуватися в тандемі з