

УДК 658.7:658.8:664

Шеремет Олег Олексійович

*доктор економічних наук, професор,
директор Навчально-наукового інституту економіки та управління
Національний університет харчових технологій*

Sheremet Oleh

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Director of the
Educational and Scientific Institute of Economics and Management
National University of Food Technologies
ORCID: 0000-0001-6678-335X*

Страшинський Володимир Ігорович

*аспірант кафедри маркетингу
Національного університету харчових технологій*

Strashynskyi Volodymyr

*Postgraduate Student of the Department of Marketing
National University of Food Technologies
ORCID: 0000-0002-5180-8275*

**ЕФЕКТИВНІСТЬ ЛОГІСТИЧНИХ І МАРКЕТИНГОВИХ
СТРАТЕГІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ОЛІЄ-ЖИРОВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**EFFICIENCY OF LOGISTICS AND MARKETING STRATEGIES IN
ENSURING THE COMPETITIVENESS OF OIL AND FAT PRODUCTS**

Анотація. Вступ. Оліє-жирова галузь України відіграє провідну роль у забезпеченні валютних надходжень та формуванні позицій країни на світових аграрних ринках. Тривалий час конкурентоспроможність

продукції визначалась якістю сировини та масштабами виробництва, однак сучасні умови глобальної економіки, воєнні ризики та блокада портів висунули на перший план питання ефективності логістичних та маркетингових стратегій. Зростання транспортних витрат, перебої у постачанні та висока залежність від світових тенденцій ціноутворення зумовлюють необхідність пошуку нових підходів до управління експортними потоками та просування продукції.

Мета. Метою дослідження є обґрунтування та оцінка ефективності логістичних і маркетингових стратегій у забезпеченні конкурентоспроможності оліє-жирової продукції України та визначення напрямів їх інтеграції для посилення позицій на світових ринках.

Матеріали і методи. Інформаційну базу дослідження становлять дані Державної служби статистики України, аналітичні матеріали асоціації «Укроліяпром», профільні міжнародні звіти, а також наукові публікації з проблематики конкурентоспроможності харчової продукції. Для аналітичної оцінки використано методи порівняльного та структурно-логічного аналізу, економіко-статистичні методи, витратний підхід, SWOT-аналіз та графічну візуалізацію результатів.

Результати. Встановлено, що зростання витрат на внутрішню та міжнародну логістику суттєво впливає на кінцеву вартість продукції та рівень рентабельності галузі. Якщо у довоєнний період транспортування обходилося у \$30–35/т, то в умовах блокади портів вартість зросла до \$70–80/т лише на внутрішньому відрізку, а контейнерні перевезення до Азії сягнули \$425/т. Попри це, у сезоні 2023/24 експорт олії становив 6,2 млн т – другий результат за історію галузі, що стало можливим завдяки нарощуванню внутрішньої переробки та диверсифікації сировинної бази (ріпак, соя). Узагальнено основні виклики логістики та маркетингу в оліє-жировій галузі України, серед яких: диспропорція між внутрішніми та світовими цінами на сировину й готову продукцію, нестабільність

«зернового коридору», руйнування портової інфраструктури, дефіцит рухомого складу та висока залежність від світових ринків енергоносіїв. Водночас перспективними є інноваційні логістичні рішення – флексітанки, мультимодальні маршрути та річковий транспорт, які дозволяють підвищити ефективність і зменшити витратну складову. Систематизовано маркетингові інструменти просування оліє-жирової продукції та оцінено їхню ефективність. На основі умовних розрахунків проведено порівняння вартості та ефективності маршрутів доставки соняшникової олії, що засвідчило: мультимодальні схеми є економічно вигіднішими (на 20–25 % дешевші) та забезпечують повніше завантаження контейнерів (24 т проти 22 т), тоді як прямі автоперевезення залишаються швидшими, але дорожчими. Це підтверджує необхідність балансування між витратами й часовими параметрами логістики при виборі оптимальної стратегії. SWOT-аналіз показав, що сильними сторонами галузі залишаються висока якість сировини та значні експортні обсяги, тоді як слабкими – залежність від морської логістики та зростання витрат. Можливості полягають у диверсифікації ринків і розвитку продукції з доданою вартістю, а основними загрозами є геополітична нестабільність та посилення міжнародної конкуренції.

Перспективи. Подальший розвиток галузі потребує інтегрованого підходу до управління логістикою та маркетингом. Перспективним є використання комбінованих маршрутів транспортування, розширення практики застосування флексітанків, а також активізація присутності на ринках Північної Африки, Близького Сходу та Скандинавії. З маркетингового боку стратегічним напрямом є розширення сегментів органічної та high-oleic продукції, впровадження ESG-орієнтованих практик і цифрових інструментів просування. Саме інтеграція логістичних та маркетингових стратегій є ключем до підвищення

ефективності й формування довгострокових конкурентних переваг України на світовому ринку оліє-жирової продукції.

Ключові слова: оліє-жирова галузь, конкурентоспроможність, логістичні стратегії, маркетингові стратегії, експорт, рентабельність, флексітанки, SWOT-аналіз.

Summary. *Introduction. The oil and fat industry of Ukraine plays a leading role in generating foreign exchange earnings and shaping the country's position in global agricultural markets. For a long time, the competitiveness of products was determined by the quality of raw materials and the scale of production; however, the current conditions of the global economy, wartime risks, and port blockades have brought the efficiency of logistics and marketing strategies to the forefront. Rising transportation costs, supply disruptions, and high dependence on global pricing trends necessitate the search for new approaches to managing export flows and promoting products.*

Purpose. The purpose of the study is to substantiate and evaluate the effectiveness of logistics and marketing strategies in ensuring the competitiveness of Ukraine's oil and fat products and to identify directions for their integration to strengthen positions in global markets.

Materials and Methods. The information base of the study consists of data from the State Statistics Service of Ukraine, analytical materials of the Ukroliyaprom Association, specialized international reports, as well as scientific publications on the competitiveness of food products. For analytical assessment, methods of comparative and structural-logical analysis, economic and statistical tools, cost-based approach, SWOT analysis, and graphical visualization of results were applied.

Results. It has been established that the growth of domestic and international logistics costs significantly affects the final product price and the profitability level of the industry. While in the pre-war period transportation

costs amounted to \$30–35/t, under port blockade conditions they increased to \$70–80/t only on the domestic section, with container shipments to Asia reaching \$425/t. Despite this, in the 2023/24 season oil exports totaled 6.2 million tons – the second-best result in the industry's history, made possible by an increase in domestic processing and diversification of the raw material base (rapeseed, soybean). The main logistics and marketing challenges in Ukraine's oil and fat industry have been summarized, including: the imbalance between domestic and global prices for raw materials and finished products, instability of the "grain corridor" destruction of port infrastructure, shortage of rolling stock, and high dependence on global energy markets. At the same time, innovative logistics solutions – flexitanks, multimodal routes, and river transport – are considered promising, as they increase efficiency and reduce cost components. Marketing tools for promoting oil and fat products have been systematized and their effectiveness assessed. Based on conditional calculations, a comparison of the cost and efficiency of sunflower oil delivery routes has been carried out, showing that multimodal schemes are economically more advantageous (20–25% cheaper) and provide fuller container loading (24 t versus 22 t), while direct road transport remains faster but more expensive. This confirms the need to balance logistics costs and time parameters when selecting an optimal strategy. SWOT analysis has shown that the strengths of the industry remain the high quality of raw materials and significant export volumes, while the weaknesses include dependence on maritime logistics and rising costs. Opportunities lie in market diversification and the development of value-added products, whereas the main threats are geopolitical instability and intensifying international competition.

Prospects. The further development of the industry requires an integrated approach to logistics and marketing management. Promising directions include the use of combined transportation routes, the expansion of flexitank applications, as well as increased presence in the markets of North Africa, the

Middle East, and Scandinavia. From the marketing perspective, strategic priorities involve the expansion of organic and high-oleic product segments, the implementation of ESG-oriented practices, and the use of digital promotion tools. It is the integration of logistics and marketing strategies that represents the key to improving efficiency and shaping Ukraine's long-term competitive advantages in the global oil and fat market.

Key words: *oil and fat industry, competitiveness, logistics strategies, marketing strategies, export, profitability, flexitanks, SWOT analysis.*

Постановка проблеми. Оліє-жирова галузь України є стратегічно важливим сектором агропродовольчого комплексу, що забезпечує значні валютні надходження та формує позиції країни на світових аграрних ринках. Україна стабільно утримує лідерство за обсягами експорту соняшникової олії, однак сучасні глобальні та внутрішні виклики потребують нових механізмів підтримки конкурентоспроможності [1, с. 37–38]. Воєнні дії, блокада портів і руйнування інфраструктури зумовили різке зростання логістичних витрат і переорієнтацію товарних потоків через альтернативні маршрути. Це підвищило роль логістики як чинника формування кінцевої ціни продукції. Водночас цінові коливання на насіння й олію знижують маржинальність виробництва, що актуалізує застосування маркетингових інструментів для підвищення споживчої цінності та стабілізації попиту [2, с. 37–38]. У цих умовах інтеграція логістичних та маркетингових стратегій визначає здатність галузі адаптуватися до криз і зберігати позиції на зовнішніх ринках. Використання інноваційних логістичних рішень (флексітанки, річкові перевезення, мультимодальні маршрути) у поєднанні з сучасними маркетинговими практиками (брендинг, преміум-сегменти, ESG-орієнтація) дозволяє мінімізувати ризики та формувати довгострокові конкурентні переваги. Таким чином, актуальність дослідження зумовлена

потребою комплексної оцінки ефективності логістичних і маркетингових стратегій в оліє-жировій галузі України та вироблення практичних рекомендацій для зміцнення її конкурентоспроможності в умовах глобальної турбулентності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових дослідженнях останніх років значна увага приділяється розвитку логістики та маркетингових стратегій у харчовій і, зокрема, оліє-жировій галузях, що зумовлено потребою підвищення їхньої конкурентоспроможності. Так, В. Писаренко (V. Pysarenko) та співавторами встановлено, що адаптація маркетингових стратегій у поєднанні з інноваційними та сталими практиками суттєво зміцнює позиції підприємств харчової та біоекономічної сфер у процесі постконфліктного відновлення [3, с. 648]. У схожому контексті Л. Кравченко та співавторами узагальнено, що застосування регресійних моделей дає змогу ідентифікувати ключові зовнішні й внутрішні чинники, які впливають на реінжиніринг бізнес-процесів транспортних підприємств, що безпосередньо позначається на ефективності логістичних стратегій [4, с. 439]. Продовжуючи цей підхід, О. Лега та Я. Тараненко обґрунтували п'ятиетапну модель інтеграції логістики й виробництва із використанням цифрових інструментів, яка забезпечує зниження собівартості, формування конкурентоспроможної ціни та досягнення цілей сталого розвитку підприємств [5, с. 154]. У дослідженні Дж. Пін (J. Pin) та співавторів представлено оптимізаційну модель національного ланцюга постачання зимових олійних культур для виробництва авіаційного біопалива, що підтверджує можливість скорочення витрат і підкреслює потребу у розвитку логістичної інфраструктури [6, с. 648]. У роботі Х. Солтан (H. Soltan) доведено, що інноваційні логістичні стратегії оптимізують бізнес-процеси промислових підприємств, підвищують їхню фінансову стійкість і формують конкурентні переваги [7, с. 164]. Н. Канцедал та співавтори узагальнили,

що цифровізація логістики через впровадження SCM, WMS, IoT, блокчейну й штучного інтелекту знижує витрати та посилює конкурентоспроможність [8, с. 45]. У дослідженні О. Харіна встановлено, що розвиток логістичних потоків на оліє-жировому ринку України визначається виконанням зовнішніх контрактів і необхідністю адаптації до умов невизначеності [9, с. 163]. П. Антонюк підкреслив, що впровадження високотехнологічних рішень та адаптація стандартів ЄС є ключовими чинниками зростання конкурентоспроможності та розширення експортних можливостей у контексті євроінтеграції [10, с. 10]. У свою чергу, Р. Заворотній (R. Zavorotniy) та О. Білюк (O. Bilyk) довели, що трансформація виробництва соняшникової олії під час економічної кризи відбувалася під впливом макроекономічних факторів і фінансового стану провідних учасників ринку [11, с. 225]. Завершує цей спектр дослідження В. Андрєєва, де представлено аналіз сучасного стану галузі з використанням статистики та графічної візуалізації для окреслення ключових тенденцій виробництва й експорту [12, с. 163]. Узагальнюючи, вітчизняні та зарубіжні науковці наголошують на необхідності поєднання логістичних і маркетингових стратегій, цифровізації бізнес-процесів, впровадження інновацій та врахування зовнішніх викликів, що формує наукове підґрунтя для підвищення конкурентоспроможності оліє-жирової галузі України.

Попри значну кількість досліджень, присвячених проблематиці логістики та маркетингових стратегій у харчовій промисловості, залишаються невирішеними питання комплексної оцінки їхньої ефективності саме в оліє-жировій галузі. Недостатньо вивченими є аспекти взаємозв'язку між витратами на логістику та рівнем конкурентоспроможності продукції, вплив сучасних маркетингових інструментів на вихід у преміум-сегменти та специфіка адаптації логістичних рішень до умов воєнного часу. Потребує подальшої уваги

інтеграція цифрових технологій у систему управління ланцюгами постачання, а також оцінка довгострокових ефектів від поєднання логістики й маркетингу для забезпечення стійких позицій України на світових ринках.

Метою статті – обґрунтування та оцінка ефективності логістичних і маркетингових стратегій у забезпеченні конкурентоспроможності оліє-жирової продукції України в умовах глобальних викликів та трансформацій світових ринків.

Матеріали і методи. Матеріальною основою дослідження стали офіційні статистичні дані Державної служби статистики України, галузевих звітів, а також дані наукових публікацій, присвячених проблематиці конкурентоспроможності харчової продукції. Для поглибленого аналізу використано інформаційні повідомлення профільних підприємств та галузевих експертів щодо стану логістики та експорту у 2020–2024 рр.

У дослідженні використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів. Метод порівняльного аналізу застосовано для зіставлення класичних і сучасних підходів до логістики та маркетингу в оліє-жировій галузі; структурно-логічний метод - для моделювання схем логістичних ланцюгів і маркетингових інструментів; економіко-статистичні методи – для оцінки динаміки витрат та експорту. Витратний підхід дав змогу простежити вплив логістичних витрат на собівартість і кінцеву ціну продукції, а SWOT-аналіз – систематизувати сильні й слабкі сторони, можливості та загрози розвитку галузі. Поєднання цих методів забезпечило комплексне бачення стану та перспектив логістичних і маркетингових стратегій та їхньої ролі у формуванні конкурентоспроможності оліє-жирової продукції на світових ринках.

Виклад основного матеріалу. У сучасному агропродовольчому бізнесі логістика розглядається як комплексна система управління

потоками, що забезпечує ефективний рух продукції від виробника до кінцевого споживача. Для оліє-жирової галузі України, яка належить до найбільш експортно орієнтованих у харчовій промисловості, її значення є стратегічним, адже стабільність і диверсифікація логістичних каналів визначають як своєчасність постачань, так і собівартість продукції, безпосередньо впливаючи на конкурентоспроможність [13]. Маркетингові стратегії підприємств харчової галузі також зазнають трансформації: від акценту на товарі та ціні – до орієнтації на міжнародну сертифікацію, стандарти якості та бренд-менеджмент [14, с. 190–191]. Для оліє-жирової продукції вирішальними стають позиціонування у преміальних сегментах (органічна та high-oleic продукція), застосування digital-маркетингу та інтеграція ESG-критеріїв, що дозволяє не лише виходити на нові ринки, а й утримувати конкурентні позиції у глобальному середовищі.

Важливо зазначити, що логістика та маркетинг у сучасному бізнес-середовищі функціонують не ізольовано, а у форматі тісної взаємодії. Їхня синергія забезпечує подвійний ефект: з одного боку – оптимізацію витрат на транспортування, зберігання та експортні операції, з іншого – створення доданої цінності продукції через її диференціацію, якість і бренд. Саме ця інтеграція перетворює підприємства оліє-жирової галузі на конкурентоспроможних гравців світового ринку. Для ілюстрації наведено табл. 1, де здійснено порівняння класичних і сучасних підходів до логістичних і маркетингових стратегій.

Таблиця 1

Порівняння класичних та сучасних підходів до логістичних і маркетингових стратегій у харчовій галузі

Критерій	Класичний підхід	Сучасний підхід	Вплив / переваги сучасного підходу
Логістика	Фокус на транспортуванні та зберіганні	Інтегровані ланцюги постачання, цифровізація, GPS-трекінг, blockchain	Прозорість ланцюга постачання, зниження ризиків, швидша доставка

Критерій	Класичний підхід	Сучасний підхід	Вплив / переваги сучасного підходу
Управління витратами	Мінімізація транспортних витрат	Оптимізація всієї системи supply chain	Зменшення собівартості, підвищення гнучкості й адаптивності
Маркетинг	Орієнтація на продукт і ціну	Орієнтація на цінність, бренд, ESG-фактори	Формування доданої цінності, зміцнення довіри та лояльності споживачів
Ринки збуту	Локальні та регіональні	Глобальні, з урахуванням міжнародних стандартів	Доступ до преміум-сегментів, вихід на нові ринки збуту
Комунікації	Традиційна реклама	Digital-маркетинг, Big Data-аналітика	Персоналізація пропозицій, ефективніший таргетинг, розширення охоплення

Джерело: розробка автора

Дані табл. 1 демонструють зміщення акцентів від локальної орієнтації та традиційних інструментів до глобальної інтеграції, цифровізації та стратегій, заснованих на створенні цінності. Таким чином, харчові підприємства дедалі більше переходять від тактики «мінімізації витрат» до стратегії «максимізації ефективності та довіри». Ще більш повно взаємозалежність чинників, які формують конкурентоспроможність оліє-жирової продукції, відображає рис. 1.



Рис. 1. Фактори впливу на конкурентоспроможність оліє-жирової продукції

Джерело: розроблено автором

Візуалізація результатів засвідчує, що конкурентоспроможність оліє-жирової продукції формується не ізольовано, а як наслідок багаторівневої взаємодії техніко-технологічних, організаційних і маркетингових рішень. Деталізація цих факторів дозволяє підкреслити системний характер управління, де кожен блок виступає рівнозначним елементом стратегічного успіху. Взаємопов'язаність логістики та маркетингу в сучасній моделі розвитку галузі можна розглядати як ключовий імператив зміцнення її глобальної конкурентоспроможності.

Подальший розвиток оліє-жирової галузі України безпосередньо визначається станом транспортної інфраструктури та ефективністю експортних каналів. Традиційно основні обсяги продукції відвантажувалися через порти Чорного моря, що забезпечувало відносно низькі витрати та швидкий доступ до ключових ринків – Індії, Китаю, країн Близького Сходу та ЄС. Водночас важливе значення мали залізничні

та автомобільні перевезення, які поєднували виробничі центри з портовими хабами. В умовах воєнного стану ця система зазнала суттєвих змін: блокада портів спричинила переорієнтацію потоків через Дунай, країни Балтії та Польщу, що підвищило витратність транспортування й ускладнило забезпечення стабільних експортних поставок [15; 16].

Попри воєнні виклики, сезон 2023/24 став одним із найрезультативніших для оліє-жирової галузі. Було вироблено 6,6 млн т олії, з яких експортовано 6,2 млн т – другий показник за всю історію, близький до довоєнного рівня 2019/20 (6,9 і 6,7 млн т відповідно) [15; 16]. У структурі переробки відбулася диверсифікація: вперше перероблено 1 млн т ріпаку (22 % врожаю), що забезпечило чотириразове зростання експорту ріпакової олії. Паралельно виробництво та експорт соєвої олії й шроту зросли на 22 % і 29 %. Загалом було перероблено рекордні 17,4 млн т олійних культур, у т. ч. 14,8 млн т соняшнику, 1 млн т ріпаку та 1,6 млн т сої. Водночас галузь стикається з ціновими дисбалансами: внутрішня ціна на соняшникове насіння зросла майже удвічі (до 25–26 тис. грн/т), тоді як світові ціни на олію піднялися лише на 130 дол. США, що знижує маржинальність і стимулює виробників переорієнтовуватися на сою.

Другим важливим викликом є логістична нестабільність, пов'язана з воєнними діями, блокадою морських портів та вразливістю портової інфраструктури. У цих умовах традиційні маршрути експорту потребують диверсифікації через використання річкових перевезень, залізничних і автомобільних маршрутів, що підвищує собівартість і створює додаткові ризики.

Особливості транспортування соняшnikової олії визначаються як вимогами чинних нормативів, так і реальними ринковими умовами. Відповідно до стандартів, гарантійний термін зберігання олії становить чотири місяці, проте ключові ризики зосереджені саме на етапах перевезення. Традиційними засобами залишаються залізничні цистерни з

нижнім зливом, автоцистерни та налив у балкери. Водночас у кризових умовах усе ширше застосовуються інноваційні технології, зокрема перевезення у флексітанках – еластичних полімерних резервуарах для контейнерів, які забезпечують герметичність, простоту використання та не потребують повернення тари [17].

Серед альтернативних рішень можна виділити й використання річкового транспорту, що відкриває перспективу комбінованих маршрутів «річка–море». Традиційні формати транспортування у бочках, каністрах чи ІВС-контейнерах залишаються актуальними для невеликих партій, тоді як для масових відправок інноваційні підходи виявляються ефективнішими. Таким чином, сучасна логістика у секторі оліє-жирової продукції поєднує класичні та новітні інструменти, що дозволяє мінімізувати ризики, оптимізувати витрати та підтримувати безперебійність поставок. Це, у свою чергу, формує важливі передумови збереження конкурентоспроможності галузі на світових ринках.

Подальший аналіз потребує розгляду специфіки логістичного ланцюга у його повному циклі. Як показано на рис. 2, транспортно-логістична система оліє-жирової галузі охоплює всі стадії руху продукції: від вирощування та зберігання насіння до його переробки, подальшого транспортування до портів та виходу на зовнішні ринки. Кожен етап містить потенційні «вузькі місця», де зростання витрат або порушення графіків здатні суттєво знизити ефективність галузі.



Рис. 2. Логістичні ланцюги постачання оліє-жирової продукції України

Джерело: розроблено автором

Окрім логістики, вагому роль у забезпеченні стійких позицій на світових ринках відіграють маркетингові інструменти, які формують попит та створюють додану цінність продукції – табл. 2. Українські виробники дедалі активніше працюють над розбудовою бренду, розширенням присутності у преміум-сегментах та виходом на нові ринки. Це передбачає не лише застосування гнучких цінових стратегій, а й акцент на якості, екологічності та інноваційних продуктах з підвищеною цінністю [2; 14; 18].

Проведений аналіз підтверджує, що конкурентоспроможність оліє-жирової продукції України визначається синергією двох ключових складових – ефективних логістичних рішень та інноваційних маркетингових стратегій. Їх поєднання забезпечує одночасне зниження витрат і створення доданої цінності для споживачів, що дає змогу українським виробникам не лише утримувати, а й посилювати свої позиції на світових ринках. У результаті інтеграція логістики й маркетингу постає

як стратегічний напрямок розвитку галузі в умовах глобальної конкуренції та зростаючих вимог до якості й стійкості постачань.

Оцінка ефективності логістичних і маркетингових стратегій у розвитку оліє-жирової галузі потребує врахування як витратних, так і дохідних чинників. На прикладі офіційних статистичних даних [19] видно, що впродовж 2012–2023 рр. виробництво олії та тваринних жирів характеризувалося значними коливаннями витрат і рентабельності – рис. 3.

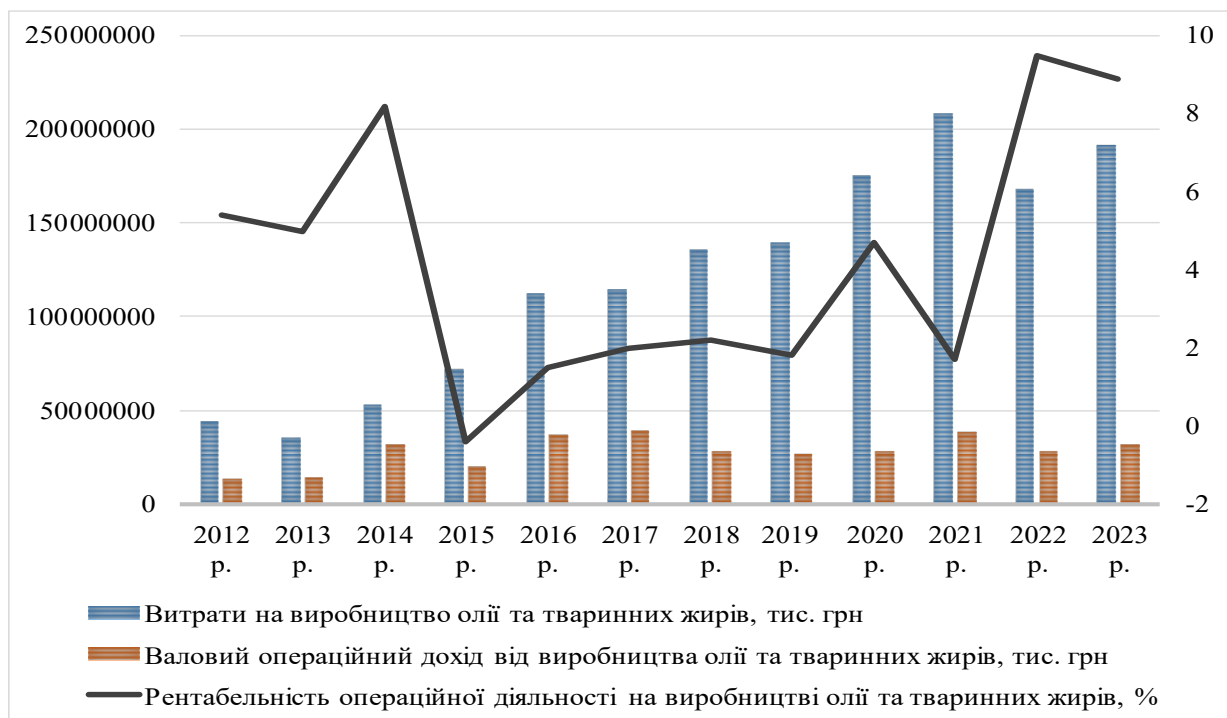


Рис. 3. Динаміка витрат, доходів та рентабельності операційної діяльності з виробництва олії та тваринних жирів в Україні у 2012–2023 рр.

Джерело: побудовано автором на підставі [19]

Якщо у 2012–2014 рр. рентабельність операційної діяльності сягала 5–8 %, то в кризовому 2015 році вона стала від’ємною. Надалі показники коливалися в межах 1–4 %, і лише у 2022–2023 рр. відбулося суттєве зростання – до 9,5 та 8,9 % відповідно. Ця динаміка свідчить про високу чутливість галузі до макроекономічних умов, вартості логістики та зміни кон’юнктури на світових ринках.

Логістичний чинник залишається одним із ключових обмежень ефективності. Якщо до 2022 р. доставка вантажів у порти обходилася підприємствам у \$30–35/т, то нині вона зросла до \$70–80/т лише на внутрішньому відрізку. Додатково перевалка на кордоні становить \$20–25/т, а доставка вглиб ЄС автотранспортом сягає 2,5 євро/км. Для далеких ринків витрати ще вищі: контейнерні перевезення до Китаю чи Індії оцінюються у \$425/т, тоді як балкерна логістика до Туреччини коштує \$120–150/т проти \$20–25/т у довоєнний період. Така ситуація унаочнює стрімке зростання витратної складової, яке трансформується у кінцеву ціну продукції. Важливим додатковим чинником є залежність цін на олію від світового ринку енергоносіїв. Зростання ціни на нафту на \$10/т провокує підвищення ціни на рослинну олію на \$30–60/т, оскільки значна її частина використовується для виробництва біодизелю.

Маркетингові стратегії у цьому контексті виступають компенсаторним механізмом. Завдяки брендингу, виходу у преміум-сегменти та сертифікації за міжнародними стандартами українські виробники здатні частково нівелювати вплив логістичних витрат. Попит на продукцію з доданою цінністю зберігає стабільність навіть за зростання транспортних витрат, що підтверджує значущість маркетингу як стратегічного інструменту [20]. Практичне підтвердження залежності ефективності від вибору логістичних маршрутів демонструє умовний приклад доставки соняшникової олії з центральної України на ринки ЄС – табл. 2.

Таблиця 2

**Порівняння вартості та ефективності маршрутів доставки
соняшникової олії (умовні дані)**

Показник	Маршрут 1: мультимодальний (Кропивницький - Львів - Гданськ - Роттердам)	Маршрут 2: прямий авто-транспорт (Кропивницький - Гданськ - Роттердам)
----------	--	--

Внутрішня логістика	3 200 USD (авто + залізниця)	5 700 USD (автотранспорт)
Перевалка та портові збори	250 USD	250 USD
Морський фрахт	4 500 USD	4 500 USD
Загальна вартість	7 950 USD	10 450 USD
Максимальне завантаження	24 т	22 т
Вартість доставки за 1 т	≈ 331 USD	≈ 475 USD
Тривалість перевезення	14–16 днів	10–12 днів
Ключова перевага	Нижча собівартість за рахунок економії та більшого завантаження	Швидкість доставки, менша кількість перевалок

Джерело: розроблено автором на підставі [17]

Аналіз порівняльних сценаріїв транспортування оліє-жирової продукції засвідчив, що мультимодальна схема (автоперевезення з Кропивницького до Львова, далі залізниця до порту Гданськ і морський фрахт до Роттердама) забезпечує економію витрат на рівні близько 18 % порівняно з прямим автотранспортом за тим самим маршрутом. Додатковою перевагою є можливість завантаження контейнера у 24 т, що відповідає міжнародним вимогам, тоді як автоперевезення обмежується 22 т. У грошовому вимірі це становить близько 2000 дол. США на партію, що робить мультимодальне рішення економічно привабливішим. Разом із тим пряме автоперевезення має перевагу у швидкості за рахунок меншої кількості перевалок. Таким чином, ефективність логістичної стратегії формується як компроміс між витратами та часовими параметрами доставки, що безпосередньо визначає конкурентоспроможність продукції на зовнішніх ринках.

Для системного розуміння цього балансу доцільно застосувати підхід SWOT-аналізу – табл. 4, що дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони галузі, а також окреслити можливості та загрози її розвитку.

Таблиця 4

SWOT-аналіз логістичних і маркетингових стратегій оліє-жирової галузі

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
– висока якість та конкурентність сировини (соняшник, ріпак, соя); – провідні позиції на світовому ринку соняшникової олії; – наявність досвіду у виробництві та експортуванні; – сформовані експортні канали збуту.	– значна залежність від морської логістики та портів; – зростання логістичних витрат у воєнних умовах; – дефіцит рухомого складу (вагони, автоцистерни); – низька диверсифікація маршрутів у кризових ситуаціях.
Можливості (O)	Загрози (T)
– диверсифікація транспортних маршрутів (залізниця, Дунай, флексітанки, річкові перевезення); – вихід на нові ринки (Північна Африка, Азія, Скандинавія); – розвиток преміальних сегментів (high-oleic, organic, ESG-орієнтовані продукти); – інтеграція digital-маркетингу та інноваційних інструментів просування.	– геополітична нестабільність, воєнні ризики; – коливання світових цін на нафту та енергоносії; – посилення конкуренції з боку провідних виробників (Аргентина, Індонезія, Малайзія); – залежність від світових ланцюгів постачання та обмежень у міжнародній торгівлі.

Джерело: розроблено автором

До сильних сторін належить наявність високоякісної сировинної бази, значні обсяги експорту та накопичений досвід виробництва. Серед слабких сторін ключовими залишаються залежність від морської логістики, висока чутливість до зростання транспортних витрат і дефіцит рухомого складу. Можливості концентруються у диверсифікації маршрутів, виході на нові ринки та розвитку продукції з підвищеною доданою вартістю (high-oleic, organic). Загрози ж формуються під впливом геополітичної нестабільності, коливань цін на енергоносії та посилення конкуренції з боку провідних світових виробників.

Застосування SWOT-аналізу дозволяє дійти висновку, що саме інтеграція логістичних і маркетингових стратегій є визначальним чинником підвищення ефективності та забезпечення стійкої конкурентоспроможності української оліє-жирової галузі на глобальних

ринках.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Дослідження підтвердило, що конкурентоспроможність оліє-жирової галузі України визначається інтеграцією логістичних і маркетингових стратегій. Розвиток транспортної інфраструктури та впровадження інновацій у перевезеннях (флексітанки, мультимодальні маршрути, річковий транспорт) знижують ризики й забезпечують стабільність експорту, тоді як маркетингові інструменти – брендинг, вихід у преміум-сегменти, ESG-орієнтація та диверсифікація ринків – дозволяють компенсувати високу витратність логістики та посилювати позиції виробників. Аналіз витрат і рентабельності показав чутливість галузі до коливань цін на сировину й енергоносії, але водночас її здатність до адаптації через зростання внутрішньої переробки й диверсифікацію культур. Порівняння логістичних маршрутів довело, що оптимальний вибір стратегії транспортування знижує витрати на 20–25 %, безпосередньо впливаючи на конкурентоспроможність продукції. SWOT-аналіз підтвердив, що якісна сировинна база й високі обсяги експорту є ключовими перевагами, тоді як залежність від морської логістики й зростання витрат потребують нових рішень. Узагальнюючи, інтеграція логістичних і маркетингових стратегій є стратегічним імперативом розвитку галузі, а баланс між ефективністю перевезень і створенням доданої цінності визначатиме майбутні позиції України на світових ринках. Перспективи подальших досліджень полягають у розробці кількісних моделей оцінки ефективності інтегрованих стратегій та сценаріїв їхнього впливу на конкурентоспроможність галузі в умовах глобальних викликів.

Література

1. Івченко В. М., Зірнзак О. С., Солошенок А. Л., Полонська О. М. Харчова промисловість України: аспекти воєнного часу. К.: НДІ

«Украгропромпродуктивність», 2024. 55 с. URL: <https://uapp.in.ua/wp-content/uploads/2025/04/maket-vidannja-t.-5.1.-8-sichnja25-druk.pdf> (дата звернення: 15.09.2025).

2. Балик У. О., Стасіцький І. А., Стець О. М. Формування товарної стратегії розвитку бренда підприємства на олійно-жировому ринку. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 8. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14922655>

3. Pysarenko V., Pronko L., Pidvalna O., Lozhachevska O., Fastovets N., Ribeiro Ramos O. Marketing management of the bioeconomic potential of enterprises and the quality of their innovative products in the post-war recovery strategy. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2024. Vol. 6, № 59. P. 648–664. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.59.2024.4637>

4. Кравченко Л., Левків Г., Козак С., Зеркаль А., Приходько І. Вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на реінжиніринг бізнес-процесів у контексті діяльності транспортних підприємств. *Проблеми фінансово-кредитної діяльності: теорії та практики*. 2024. Т. 3, № 56. С. 439–448. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.56.2024.4408>

5. Лега О., Тараненко Я. Інтеграція логістики і виробництва в системі управління собівартістю та стійким розвитком підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 2025. № 3 (54). С. 154–161. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-54-23>

6. Pin J., Jones D. S., Hartley D., Burli P. H., Langholtz M., Hellwinckel C., Thompson D. Optimizing a nationwide supply chain for winter oilseeds in sustainable aviation fuel production: Pennycress, camelina, and carinata. *Renewable & Sustainable Energy Reviews*. 2025. Vol. 215. Article № 115555. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rser.2025.115555>

7. Soltan H. M., Elman H. Z., Mirza G. Z., Rahim M. S. Innovative logistics strategy as an effective means for optimizing the business processes of industrial enterprises. *Academy Review*. 2025. Issue 1. P. 164–174. DOI:

<https://doi.org/10.32342/3041-2137-2025-1-62-12>

8. Канцедаль Н. А., Лега О. В., Морозов Є. Цифровізація логістики: нові технології для покращення управління та оптимізації. *Економічний простір*. 2025. № 199. С. 45–51. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.199.45-51>

9. Харін О. С. Розвиток логістичних потоків на сучасному олійно-жировому ринку України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 4. С. 163–167. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.4.163>

10. Антонюк П. Розбудова ринкового середовища в олійно-жировій промисловості України на засадах розвитку секторів глибокої переробки сировини в умовах відродження та євроінтеграції. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2025. № 2 (16). С. 10–17. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(16\).2025.2](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(16).2025.2)

11. Zavorotniy R., Bilyk O. Transformation of sunflower oil production in Ukraine due to acute economic crisis. *Journal of International Studies*. 2017. Vol. 10, № 1. P. 225–236. DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2017/10-1/16>

12. Андреев В. Аналіз олійно-жирової галузі харчової промисловості України. *Економіка та суспільство*. 2024. № 62. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-123>

13. Ринок олійних: виробники втратили маржу, динаміка експорту впала, а потужності переробки виросли. Про що ще говорили на Black Sea Grain? Latifundist. URL: <https://surl.lt/solhnm> (дата звернення: 15.09.2025).

14. Цатурян Р. О., Бедов Д. В., Жовновач Р. І. Інноваційні маркетингові інструменти просування промислової продукції в мережі Інтернет. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки*. 2023. Вип. 9 (42). С. 186–196. URL: [https://economics.kntu.kr.ua/pdf/9\(42\)/21.pdf](https://economics.kntu.kr.ua/pdf/9(42)/21.pdf) (дата звернення: 15.09.2025).

15. Олійно-жирова галузь України: підсумки сезону 2023/24 і перспективи на майбутнє. *Пропозиція*. URL: <https://surl.li/ysizok> (дата звернення: 15.09.2025).

звернення: 15.09.2025).

16. Цього року олійно-жирова галузь України зіткнулася з низкою викликів. Конфедерація аграрних асоціацій України. URL: <https://agroconf.org/content/cogo-roku-oliyno-zhirova-galuz-ukrayini-zitknulasya-z-nizkoyu-viklikiv> (дата звернення: 15.09.2025).

17. Логістичні рішення та особливості доставки рослинних олій за допомогою флексітанків. *Logist.FM*. URL: <https://logist.fm/publications/logistichni-rishennya-ta-osoblivosti-dostavki-roslinnih-oliy-za-dopomogoyu-fleksitankiv> (дата звернення: 15.09.2025).

18. Берестов І. В., Колісник А. В., Пестременко-Скрипка О. С., Богачук Д. П. Обґрунтування доцільності транспортування соняшникової олії з використанням флексітанків у системі інтермодальних перевезень. *ІКСЗТ*. 2023. № 2. С. 81–87. DOI: 10.18664/iksz.v28i2.283309

19. Державна служба статистики України. Статистична інформація. Економічна статистика. Економічна діяльність. Діяльність підприємств. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.09.2025).

20. Час для змін: проблеми олійної логістики та варіанти їх вирішення. *Elevatorist.com*. URL: <https://elevatorist.com/blog/read/806-chas-dlya-zmin-problemi-oliynoyi-logistiki-ta-varianti-yih-virishennya> (дата звернення: 15.09.2025).

References

1. Ivchenko, V. M., Zirnzak, O. S., Soloshonok, A. L., & Polonska, O. M. (2024). *Kharchova promyslovist Ukrainy: aspekty voiennoho chasu* [Food industry of Ukraine: aspects of wartime]. Kyiv: NDI «Ukragropromproduktyvnist». 55 p. Retrieved from <https://uapp.in.ua/wp-content/uploads/2025/04/maket-vidannja-t.-5.1.-8-sichnja25-druk.pdf> [in Ukrainian].

2. Balyk, U. O., Stasitskyi, I. A., & Stets, O. M. (2025). *Formuvannia*

товарної стратегії розвитку бренду підприємства на oliino-zhyrovomu rynku [Formation of a product strategy for brand development of an enterprise in the oil and fat market]. *Aktualni pytannia ekonomichnykh nauk*, (8). DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14922655> [in Ukrainian].

3. Pysarenko, V., Pronko, L., Pidvalna, O., Lozhachevska, O., Fastovets, N., & Ribeiro Ramos, O. (2024). Marketing management of the bioeconomic potential of enterprises and the quality of their innovative products in the post-war recovery strategy. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 6(59), 648–664. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.59.2024.4637> [in English].

4. Kravchenko, L., Levkiv, H., Kozak, S., Zerkal, A., & Prykhodko, I. (2024). Vplyv zovnishnikh ta vnutrishnikh faktoriv na reinzhynirynh biznes-protseviv u konteksti diialnosti transportnykh pidpriemstv [The impact of external and internal factors on business process reengineering in the context of transport enterprises]. *Problemy finansovo-kredytnoi diialnosti: teorii ta praktyky*, 3(56), 439–448. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.56.2024.4408> [in Ukrainian].

5. Leha, O., & Taranenko, Ya. (2025). Intehratsiia lohistyky i vyrobnytstva v systemi upravlinnia sobivartistiu ta stiikym rozvytkom pidpriemstva [Integration of logistics and production in the cost management and sustainable development system of the enterprise]. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, 3(54), 154–161. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-54-23> [in Ukrainian].

6. Pin, J., Jones, D. S., Hartley, D., Burli, P. H., Langholtz, M., Hellwinckel, C., & Thompson, D. (2025). Optimizing a nationwide supply chain for winter oilseeds in sustainable aviation fuel production: Pennycress, camelina, and carinata. *Renewable & Sustainable Energy Reviews*, 215, Article № 115555. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rser.2025.115555> [in English].

7. Soltan, H. M., Elman, H. Z., Mirza, G. Z., & Rahim, M. S. (2025).

Innovative logistics strategy as an effective means for optimizing the business processes of industrial enterprises. *Academy Review*, (1), 164–174. DOI: <https://doi.org/10.32342/3041-2137-2025-1-62-12> [in English].

8. Kantsedal, N. A., Leha, O. V., & Morozov, Ye. (2025). Tsyfrovizatsiia lohistyky: novi tekhnolohii dlia pokrashchennia upravlinnia ta optymizatsii [Digitalization of logistics: new technologies for improving management and optimization]. *Ekonomichnyi prostir*, (199), 45–51. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.199.45-51> [in Ukrainian].

6. Kharin, O. S. (2025). Rozvytok lohistychnykh potokiv na suchasnomu oliino-zhyrovomu rynku Ukrainy [Development of logistics flows in the modern oil and fat market of Ukraine]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, (4), 163–167. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.4.163> [in Ukrainian].

10. Antoniuk, P. (2025). Rozbudova rynkovoho seredovyscha v oliino-zhyrovii promyslovosti Ukrainy na zasadakh rozvytku sektoriv hlybokoi pererobky syrovyny v umovakh vidrodzhennia ta yevrointehratsii [Development of the market environment in the oil and fat industry of Ukraine based on the development of deep processing sectors under conditions of revival and European integration]. *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia*, 2(16), 10–17. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(16\).2025.2](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(16).2025.2) [in Ukrainian].

11. Zavorotniy, R., & Bilyk, O. (2017). Transformation of sunflower oil production in Ukraine due to acute economic crisis. *Journal of International Studies*, 10(1), 225–236. DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2017/10-1/16> [in English].

12. Andreev, V. (2024). Analiz oliino-zhyrovoy haluzi kharchovoi promyslovosti Ukrainy [Analysis of the oil and fat sector of the Ukrainian food industry]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (62). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-123> [in Ukrainian].

13. Rynok oliinykh: vyrobnyky vtratyly marzhu, dynamika eksportu

vpala, a potuzhnosti pererobky vyrosly. Pro shcho shche hovoryly na Black Sea Grain? [Oilseed market: producers lost margins, export dynamics fell, and processing capacities increased. What else was discussed at Black Sea Grain?]. *Latifundist*. Retrieved from <https://surl.it/solhnm> [in Ukrainian].

14. Tsaturian, R. O., Bedov, D. V., & Zhovnovach, R. I. (2023). Innovatsiini marketynhovi instrumenty prosuvannia promyslovoi produktsii v merezhi Internet [Innovative marketing tools for promoting industrial products on the Internet]. *Tsentrlnoukrainskyi naukovyi visnyk. Ekonomichni nauky*, 9(42), 186–196. Retrieved from [https://economics.kntu.kr.ua/pdf/9\(42\)/21.pdf](https://economics.kntu.kr.ua/pdf/9(42)/21.pdf) [in Ukrainian].

15. Oliino-zhyrova haluz Ukrainy: pidsumky sezonu 2023/24 i perspektyvy na maibutnie [Oil and fat industry of Ukraine: results of the 2023/24 season and future prospects]. *Propozytsiia*. Retrieved from <https://surl.li/ysizok> [in Ukrainian].

16. Tsoho roku oliino-zhyrova haluz Ukrainy zitknulasia z nyzkoiu vyklykiv [This year the oil and fat industry of Ukraine faced a number of challenges]. *Konfederatsiia ahrarnykh asotsiatsii Ukrainy*. Retrieved from <https://agroconf.org/content/cogo-roku-oliyno-zhirova-galuz-ukrayini-zitknulasya-z-nizkoyu-viklikiv> [in Ukrainian].

17. Lohistychni rishennia ta osoblyvosti dostavky roslynnykh olii za dopomohoiu fleksitankiv [Logistics solutions and peculiarities of delivering vegetable oils using flexitanks]. *Logist.FM*. Retrieved from <https://logist.fm/publications/logistichni-rishennya-ta-osoblivosti-dostavki-roslinnih-olii-za-dopomogoyu-fleksitankiv> [in Ukrainian].

18. Berestov, I. V., Kolisnyk, A. V., Pestremenko-Skrypka, O. S., & Bohachuk, D. P. (2023). Obgruntuvannia dotsilnosti transportuvannia soniashnykovoi olii z vykorystanniam fleksytankiv u systemi intermodalnykh perevezen [Justification of the expediency of transporting sunflower oil using flexitanks in the intermodal transportation system]. *IKSZT*, (2), 81–87. DOI:

<https://doi.org/10.18664/iksz.v28i2.283309> [in Ukrainian].

19. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. (n.d.). Statystychna informatsiia. Ekonomichna statystyka. Ekonomichna diialnist. Diialnist pidpriemstv [State Statistics Service of Ukraine. Statistical information. Economic statistics. Economic activity. Activities of enterprises]. Retrieved from <https://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].

20. Chas dlia zmin: problemy oliinoi lohistyky ta varianty yikh vyrishennia [Time for change: problems of oil logistics and solutions]. *Elevatorist.com*. Retrieved from <https://elevatorist.com/blog/read/806-chas-dlya-zmin-problemi-oliynoyi-logistiki-ta-varianti-yih-virishennya> [in Ukrainian].