

УДК 658.8:339.138

DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.209.60-67>**Овсієнко Н.В.**кандидат економічних наук
ПВНЗ «Європейський університет»**Ovsiienko Nataliia**

PhD in Economics

Private Higher Educational Institution «European University»

<https://orcid.org/0000-0001-7694-7522>**Василенко С.В.**

ПВНЗ «Європейський університет»

Vasylenko Serhii

Private Higher Educational Institution «European University»

<https://orcid.org/0009-0005-3180-5631>

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕХАНІЗМ РОЗПОДІЛУ В ГАЛУЗІ АПК ЯК ДРАЙВЕР ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У статті досліджено роль маркетингового механізму розподілу в агропромисловому комплексі України як ключового драйвера повоєнного економічного відновлення. Проаналізовано концептуальні засади функціонування маркетингового механізму розподілу в умовах воєнного стану та перспективи його модернізації для забезпечення сталого розвитку. Особливу увагу приділено впливу повномасштабного російського вторгнення на систему розподілу продукції АПК, зокрема на логістичні ланцюги, експортні коридори та внутрішній ринок. Досліджено альтернативні маршрути експорту, включаючи сухопутні та річкові коридори, а також механізми їх оптимізації. У роботі обґрунтовано необхідність впровадження інноваційних підходів до організації каналів розподілу, використання цифрових технологій для підвищення ефективності логістичних операцій та мінімізації ризиків господарської діяльності. Визначено стратегічні пріоритети модернізації маркетингового механізму розподілу, серед яких диверсифікація експортних напрямів, розвиток внутрішнього ринку та впровадження сучасних інформаційних систем управління ланцюгами поставок. Практична цінність дослідження полягає у розробці конкретних рекомендацій для підприємств АПК щодо адаптації маркетингових стратегій розподілу до умов повоєнного відновлення та забезпечення їх конкурентоспроможності на національному та міжнародному рівнях.

Ключові слова: маркетинговий механізм розподілу, агропромисловий комплекс, повоєнне відновлення, логістичні ланцюги, цифрова трансформація, канали збуту, експортний потенціал.

MARKETING DISTRIBUTION MECHANISM IN THE AGRICULTURAL SECTOR AS A DRIVER OF POST-WAR ECONOMIC RECOVERY IN UKRAINE

This article investigates the role of the marketing distribution mechanism in Ukraine's agricultural sector as a critical driver of post-war economic recovery. The study addresses the urgent need to modernize distribution systems in the context of ongoing military conflict and future reconstruction efforts. The research examines the conceptual foundations of marketing distribution mechanisms specifically adapted to agricultural enterprises operating under martial law conditions, analyzing how these mechanisms can be optimized to support both immediate operational needs and long-term strategic development.

The methodology of this research combines systematic analysis, comparative methods, and strategic forecasting to evaluate the effectiveness of current distribution channels and identify opportunities for improvement. The study draws on empirical data regarding the impact of the full-scale Russian invasion on agricultural production and supply chains, examining both quantitative indicators of disruption and qualitative assessments of adaptive responses by agricultural enterprises. Particular attention is devoted to analyzing alternative export routes, including land corridors through European Union countries and river transportation via the Danube, which have partially compensated for the blockade of Black Sea ports.

The research findings demonstrate that effective marketing distribution mechanisms serve as critical tools for maintaining agricultural production stability and ensuring food security during crisis periods. The study reveals that despite unprecedented challenges, Ukraine's agricultural sector has shown remarkable resilience through the

ISSN друкованої версії: 2224-6282

ISSN електронної версії: 2224-6290

© Овсієнко Н.В., Василенко С.В., 2026

development of innovative distribution solutions. Key innovations include the establishment of new logistics partnerships, implementation of digital technologies for supply chain management, and diversification of market channels. The article emphasizes the strategic importance of integrating risk management principles into distribution planning, drawing on contemporary research in agricultural risk mitigation and adaptive management strategies.

The practical value of this research lies in providing agricultural enterprises with actionable recommendations for adapting their distribution strategies to post-war recovery conditions. These recommendations include diversifying export destinations, strengthening domestic market channels, investing in digital infrastructure for logistics optimization, and developing flexible distribution models capable of rapid adjustment to changing circumstances. The study concludes that a modernized marketing distribution mechanism, incorporating technological innovation and strategic flexibility, will be instrumental in positioning Ukraine's agricultural sector as a key driver of national economic recovery and a reliable partner in global food security.

Keywords: marketing distribution mechanism, agricultural sector, post-war recovery, logistics chains, digital transformation, distribution channels, export potential.

JEL classification: M31, Q13, O13, L81.

Постановка проблеми. Постанова проблеми. Повномасштабне російське вторгнення в Україну, що розпочалося у лютому 2022 року, спричинило безпрецедентні виклики для національної економіки та глобальної продовольчої безпеки [1, 2]. Агропромисловий комплекс України, який традиційно є одним із стратегічних секторів економіки та забезпечує значну частку експортних надходжень, зазнав критичних порушень у всіх ланках виробничо-розподільчого ланцюга. За оцінками Київської школи економіки, Європейської Комісії, ООН та Світового банку, станом на грудень 2024 р. прямі збитки аграрного сектору досягли 11,2 млрд доларів США, тоді як сукупні втрати перевищили 72 млрд доларів [1].

Актуальність дослідження маркетингового механізму розподілу в галузі АПК визначається кількома ключовими чинниками.

✓ По-перше, сільськогосподарський сектор залишається фундаментом української економіки, забезпечуючи близько 8% ВВП та 43% загального обсягу товарного експорту [3, 2]. У 2024 р. експорт аграрної продукції становив 18,1 млрд доларів, при цьому основними експортними товарами були кукурудза та соняшникова олія (по 5,1 млрд доларів кожен), пшениця (3,7 млрд доларів) та ріпак (1,9 млрд доларів) [2].

✓ По-друге, війна кардинально трансформувала логістичну інфраструктуру країни: блокада чорноморських портів, руйнування транспортних шляхів та складської інфраструктури вимагають принципово нових підходів до організації розподілу сільськогосподарської продукції [4].

Особливої гостроти проблема набуває в контексті повоєнного відновлення. За різними оцінками, потреби у відновленні аграрного сектору становлять від 55,5 до 56,1 млрд доларів на період до 2033 р., не враховуючи додаткових 32 млрд доларів на розмінування сільськогосподарських угідь [5, 6]. Ці колосальні цифри свідчать про масштаб завдань, що стоять перед галуззю. Водночас вони відкривають унікальні можливості для комплексної модернізації системи розподілу на основі сучасних технологій та інноваційних бізнес-моделей [7, 8].

Маркетинговий механізм розподілу в АПК набуває стратегічного значення як драйвер економічного відновлення з огляду на кілька взаємопов'язаних аспектів.

Насамперед, ефективна система розподілу забезпечує реалізацію виробленої продукції та генерує грошові потоки, необхідні для відновлення виробничого потенціалу [9, 10]. Крім того, інтеграція у глобальні ланцюги постачання посилює експортні позиції України та сприяє диверсифікації ринків збуту [11]. Нарешті, модернізація каналів розподілу стимулює впровадження цифрових технологій та підвищує конкурентоспроможність українських аграрних підприємств на міжнародних ринках [7].

Варто зазначити, що попри значні втрати, український аграрний сектор продемонстрував надзвичайну стійкість та адаптивність [2, 4]. У 2024 р. обсяг експорту зернових та олійних культур зріс на 20% порівняно з попереднім роком, досягнувши 61,5 млн тонн. Чорноморські порти, які стабільно функціонували протягом року, забезпечили 79% загального обсягу експорту [2]. Це свідчить про значний потенціал галузі та важливість подальшого вдосконалення маркетингових механізмів розподілу. При цьому мінімізація ризиків господарської діяльності, як зазначають дослідники [12], залишається критично важливим завданням для забезпечення стійкості аграрних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика маркетингової політики розподілу в агропромисловому комплексі є предметом активних наукових досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних учених.

Фундаментальні концепції маркетингу розподілу та управління каналами збуту сформульовано у класичних працях Ф. Котлера та Г. Армстронга [13], де розглядаються загальнотеоретичні засади формування та функціонування каналів розподілу, принципи управління логістичними системами та стратегії маркетингової політики. Ці базові концепції створюють методологічне підґрунтя для подальших досліджень у сфері аграрного маркетингу.

Специфіку маркетингових стратегій в аграрному секторі України досліджували провідні вітчизняні науковці. Зокрема, Ю.О. Лупенко [10] проаналізував перспективи розвитку аграрного сектору економіки України та обґрунтував напрями підвищення його ефективності. Питання управління ризиками господарської діяльності в контексті стратегії управління підприємствами аграрного сектора комплексно розглянуто у

роботі Н.М. Котвицької, О.В. Гривківської та Н.В. Овсієнко [12], де систематизовано основні види ризиків (природно-кліматичні, економічні, технологічні, організаційні та військові) та запропоновано ефективні методи їх мінімізації.

У контексті війни та повоєнного відновлення особливої актуальності набули дослідження, спрямовані на оцінку збитків аграрного сектору та розробку стратегій його відновлення. Комплексні оцінки представлено у звітах Rapid Damage and Needs Assessment (RDNA), підготовлених спільно Світовим банком, Урядом України, Європейською Комісією та ООН [1]. Центр стратегічних та міжнародних досліджень (CSIS) опублікував детальний план відновлення сільського господарства України (Blueprint for an Agricultural Recovery Plan for Ukraine) [5], який узгоджується зі Стратегією розвитку сільського господарства та сільських територій до 2030 року, затвердженою Кабінетом Міністрів України у листопаді 2024 р. [8].

Питання цифрової трансформації аграрного сектору та її впливу на маркетингові механізми розподілу досліджували науковці у контексті впровадження технологій Інтернету речей (IoT), штучного інтелекту, блокчейну та великих даних. ОЕСР у 2024 році опублікувала звіт «Enhancing Resilience by Boosting Digital Business Transformation in Ukraine» [7], де проаналізовано потенціал цифровізації для підвищення стійкості та відновлення української економіки в умовах війни. Дослідники відзначають, що цифрові технології не лише підвищують продуктивність підприємств, але й сприяють їхній адаптації до кризових умов.

Окремий напрям досліджень становлять роботи, присвячені впливу війни на аграрний сектор та механізмам його адаптації. В. Данькевич [6] проаналізував шляхи повоєнного відновлення українського сільського господарства, акцентувавши увагу на необхідності системного підходу до реконструкції галузі. І. Теттех та Дж. Колуссі [4] здійснили порівняльний аналіз прогнозів та реальних результатів розвитку аграрного сектору за 1000 днів війни. Європейський Парламент підготував аналітичний огляд стану українського сільського господарства [3], що містить рекомендації щодо підтримки галузі з боку ЄС.

Василенком С.В. у попередніх публікаціях було досліджено різні аспекти маркетингової політики розподілу. Зокрема, у статті «Роль маркетингової політики розподілу в забезпеченні продовольчої безпеки країни» [9] було обґрунтовано взаємозв'язок між ефективністю системи розподілу та рівнем продовольчої безпеки в умовах воєнного конфлікту. Встановлено, що адаптивні та стійкі маркетингові стратегії розподілу є критично важливими для забезпечення безперебійного постачання продовольства населенню та підтримання експортного потенціалу галузі.

У дослідженні «Маркетингова політика розподілу: сучасні трансформації» [11] було проаналізовано вплив інноваційних технологій на трансформацію каналів збуту сільськогосподарської продукції. Виявлено тенденції до омніканальності, інтеграції фізичних та цифрових каналів розподілу, оптимізації логістичних

процесів на основі цифрових платформ. Ці напрацювання становлять теоретичне підґрунтя для подальшого дослідження маркетингового механізму розподілу як драйвера повоєнного відновлення.

Незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених окремим аспектам маркетингової політики розподілу та повоєнного відновлення, комплексне дослідження маркетингового механізму розподілу саме як драйвера економічної реконструкції залишається недостатньо розробленим. Потребують подальшого вивчення питання системної інтеграції традиційних та інноваційних каналів розподілу в умовах післявоєнної трансформації, механізми державно-приватного партнерства у сфері відновлення логістичної інфраструктури, а також специфіка впровадження цифрових технологій у маркетингові системи розподілу підприємств АПК різного масштабу з урахуванням ризиків господарської діяльності [12].

Мета статті — обґрунтування концептуальних засад маркетингового механізму розподілу в агропромисловому комплексі України та розробка практичних рекомендацій щодо його використання як драйвера повоєнного економічного відновлення. Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання: проаналізувати сучасний стан системи розподілу сільськогосподарської продукції в умовах воєнного конфлікту; виявити ключові елементи маркетингового механізму розподілу в АПК та їх роль у забезпеченні економічної стійкості; дослідити інноваційні підходи до модернізації каналів розподілу на основі цифрових технологій; обґрунтувати стратегічні напрями використання маркетингового механізму розподілу для прискорення повоєнного відновлення економіки України.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети застосовано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.

- Метод системного аналізу використано для виявлення ключових елементів маркетингового механізму розподілу в АПК та визначення їх взаємозв'язків у забезпеченні економічної стійкості галузі.

- Порівняльний аналіз застосовано для оцінювання ефективності традиційних та альтернативних каналів розподілу сільськогосподарської продукції в умовах воєнного конфлікту, зокрема для порівняння морських, сухопутних та річкових експортних маршрутів.

- Статистичні методи забезпечили обробку емпіричних даних щодо обсягів виробництва та експорту аграрної продукції, що дозволило визначити тенденції розвитку системи розподілу.

- Метод узагальнення використано для формулювання висновків та розробки практичних рекомендацій щодо модернізації маркетингового механізму розподілу.

- Стратегічне прогнозування застосовано для обґрунтування напрямів використання маркетингового механізму розподілу як драйвера повоєнного економічного відновлення, що дозволило визначити пріоритетні сценарії розвитку галузі в середньостроковій перспективі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концептуальні засади маркетингового механізму розподілу в АПК. Маркетинговий механізм розподілу в агропромисловому комплексі являє собою інтегровану систему елементів, процесів та інструментів, спрямованих на забезпечення ефективного переміщення сільськогосподарської продукції від виробника до кінцевого споживача [13]. На відміну від інших галузей економіки, АПК характеризується специфічними особливостями, які суттєво впливають на формування та функціонування системи розподілу [10].

До ключових особливостей аграрного виробництва, що визначають специфіку маркетингового механізму розподілу, належать: сезонність виробництва, що зумовлює нерівномірність товарних потоків протягом року та вимагає наявності потужної складської інфраструктури; швидкозсувність значної частини продукції, що обмежує географію збуту та вимагає оперативних логістичних рішень; залежність від природно-кліматичних умов, що генерує високу волатильність обсягів виробництва та створює додаткові ризики для системи розподілу [12]; значні обсяги експорту, що потребують інтеграції національної системи розподілу у глобальні ланцюги постачання [3].

Структура маркетингового механізму розподілу в АПК включає кілька взаємопов'язаних підсистем [11, 13].

- *По-перше*, це підсистема каналів розподілу, яка охоплює прямі канали (від виробника до споживача), опосередковані канали (через оптових та роздрібних посередників), а також змішані канали, що поєднують елементи прямого та опосередкованого збуту.

- *По-друге*, логістична підсистема, що забезпечує фізичне переміщення продукції, включаючи транспортування, складування, управління запасами та обробку замовлень.

- *По-третє*, інформаційна підсистема, яка забезпечує збір, обробку та передачу даних про ринковий попит, наявність продукції, умови зберігання та транспортування [7].

У контексті повоєнного відновлення особливого значення набуває здатність маркетингового механізму розподілу виконувати інтегруючу функцію, пов'язуючи виробничий потенціал галузі з потребами внутрішнього та зовнішніх ринків [9, 5]. Ефективний механізм розподілу забезпечує реалізацію виробленої продукції за конкурентними цінами, генеруючи тим самим фінансові ресурси для відновлення та розвитку виробничих потужностей. Одночасно він сприяє формуванню стабільних ринкових зв'язків, що підвищує інвестиційну привабливість галузі [8].

Важливим аспектом є розуміння ієрархічної структури маркетингового механізму розподілу. На мікрорівні він функціонує в межах окремого підприємства, забезпечуючи реалізацію його продукції. На мезорівні механізм охоплює регіональні системи розподілу та галузеві об'єднання. На макрорівні він інтегрується у національну та глобальну системи товарообігу, визначаючи позиції країни на світових аграрних ринках [3, 10]. Ця багаторівнева структура зумовлює необхідність

комплексного підходу до модернізації системи розподілу в процесі повоєнного відновлення.

Вплив війни на систему розподілу в АПК України. Повномасштабне російське вторгнення завдало безпрецедентного удару по системі розподілу сільськогосподарської продукції України [1, 2]. Аналіз впливу війни дозволяє виокремити кілька ключових напрямів деструктивного впливу та відповідних адаптаційних механізмів, що сформувалися у відповідь на ці виклики.

Найбільш критичним став вплив на морську логістику [4]. До війни близько 90% українського зернового експорту здійснювалося через чорноморські порти. Блокада цих портів у лютому-липні 2022 р. фактично паралізувала експортний потенціал галузі. За даними аналітиків, з початку війни Росія здійснила понад 50 атак на експортну інфраструктуру України у Чорноморському регіоні, пошкодивши понад 300 портових об'єктів та 23 цивільних судна, знищивши понад 100 тисяч тонн сільськогосподарської продукції [1, 2].

Військові ризики, згідно з класифікацією дослідників [12], включають не лише пряме знищення активів, а й довгострокову непридатність земель через мінування, критичний дефіцит робочої сили внаслідок мобілізаційних заходів та вимушеного переміщення населення, а також необхідність релокації підприємств, що опинилися у зоні бойових дій. Ці фактори створюють комплекс викликів для системи розподілу, що вимагає адаптивних підходів до організації каналів збуту.

У відповідь на блокаду було розроблено альтернативні логістичні маршрути [5, 4]. Чорноморська зернова ініціатива, укладена у липні 2022 року за посередництва ООН, дозволила тимчасово відновити морський експорт. Після її припинення у липні 2023 р. Україна створила так званий «Український коридор», під захистом якого судна курсують прибережними водами сусідніх країн-членів НАТО — Румунії, Болгарії та Туреччини. До лютого 2024 р. цим коридором було перевезено понад 23 млн тонн вантажів, з яких понад дві третини становила сільськогосподарська продукція [2].

Паралельно було активізовано сухопутні та річкові маршрути [3]. Європейський Союз запровадив «Коридори солідарності» (EU Solidarity Lanes), які дозволяють експортувати українські товари залізничним, автомобільним та річковим транспортом через територію ЄС. До січня 2024 р. цими коридорами було експортовано близько 68 млн тонн сільськогосподарської продукції, що становить 60% усього воєнного аграрного експорту України [2]. Разом з тим, збільшення імпорту українських аграрних товарів до ЄС спричинило протести фермерів у сусідніх країнах та запровадження тимчасових обмежень на окремі товарні групи.

Війна також суттєво вплинула на внутрішню систему розподілу [1, 6]. Окупація значних територій, зокрема в Херсонській, Запорізькій, Донецькій та Луганській областях, призвела до втрати частини виробничих потужностей та порушення регіональних логістичних ланцюгів. Внутрішньо переміщені особи — їх кількість зросла з 1,4 млн у 2021 р. до 5,4 млн у вересні

2023 р. — створили нові центри споживання, що вимагало адаптації системи розподілу до змінених географічних умов попиту.

Незважаючи на руйнівний вплив війни, аграрний сектор продемонстрував надзвичайну стійкість [2, 4]. У 2024 р. обсяг експорту зернових та олійних культур зріс на 20%, досягнувши 61,5 млн тонн. Частка сільськогосподарської продукції в загальному експорті зростає з довоєнних 40% до 63%, що свідчить про критичну роль галузі для економіки країни. Ця адаптивність значною мірою зумовлена гнучкістю маркетингових механізмів розподілу та здатністю підприємств оперативно перебудовувати логістичні ланцюги, що підтверджує важливість адаптивного управління ризиками [12].

Інноваційні підходи до модернізації механізму розподілу. Повоєнне відновлення АПК України відкриває унікальні можливості для комплексної модернізації маркетингового механізму розподілу на основі інноваційних технологій та передових бізнес-моделей [5, 7, 8].

Цифрова трансформація є ключовим напрямом модернізації системи розподілу [7]. Україна ще до війни посідала провідні позиції в Європі у сфері відкритих даних (шосте місце у рейтингу European Open Data Maturity 2021 р.). Цифрова інфраструктура, зокрема платформа «Дія», продемонструвала свою життєздатність та ефективність в умовах війни. Цей досвід створює потужне підґрунтя для впровадження цифрових технологій у маркетингові механізми розподілу.

Серед ключових напрямів цифровізації системи розподілу в АПК слід виділити такі [11, 7].

- *По-перше*, впровадження цифрових торговельних платформ, які забезпечують прямий доступ виробників до внутрішніх та зовнішніх ринків, скорочують транзакційні витрати та підвищують прозорість ціноутворення.

- *По-друге*, застосування технології блокчейн для управління ланцюгами постачання, що забезпечує простежуваність продукції від поля до споживача, підвищує довіру покупців та сприяє відповідності вимогам міжнародних стандартів якості та безпечності продовольства.

- *По-третє*, використання технологій Інтернету речей (IoT) та штучного інтелекту для оптимізації логістичних процесів [7]. Сенсори, встановлені на транспортних засобах та складських об'єктах, дозволяють здійснювати моніторинг умов зберігання та транспортування продукції в режимі реального часу. Алгоритми машинного навчання забезпечують прогнозування попиту, оптимізацію маршрутів доставки та управління запасами, що сприяє мінімізації ризиків [12].

- *По-четверте*, інтеграція супутникових даних та геоінформаційних систем для планування логістики та моніторингу стану сільськогосподарських угідь.

Оmnіканальні стратегії являють собою ще один перспективний напрям модернізації системи розподілу [11]. Традиційна орієнтація українського АПК на експорт сировинних товарів великими партіями через обмежену кількість каналів (переважно морські порти)

виявилася надзвичайно вразливою в умовах війни. Omnіканальний підхід передбачає формування диверсифікованої мережі каналів розподілу, яка включає прямі продажі кінцевим споживачам через електронні платформи, співпрацю з роздрібними мережами, партнерство з переробними підприємствами, участь у біржовій торгівлі, а також експорт через різні транспортні коридори [5, 3].

Особливої уваги заслуговує розвиток локальних продовольчих систем [9, 6]. Існуюча система виробництва продовольства в Україні, базована на великомасштабному монокультурному виробництві та централізованій логістиці, продемонструвала високу вразливість до зовнішніх загроз. Альтернативою є децентралізовані, адаптивні та стійкі агропродовольчі системи, орієнтовані на забезпечення продовольчої безпеки на регіональному рівні. Малі та середні фермерські господарства, які виробляють близько 60% валової сільськогосподарської продукції України, є основою таких систем. При цьому диверсифікація діяльності, як один із методів мінімізації ризиків [12], дозволяє знизити залежність підприємств від одного джерела доходу.

Інтеграція у глобальні ланцюги вартості потребує розвитку переробних потужностей [5, 10]. Наразі Україна експортує переважно сировинну продукцію, що обмежує додану вартість та робить галузь залежною від коливань світових цін на сировинні товари. Розвиток глибокої переробки — виробництва олії, борошна, м'ясо-молочних продуктів, консервів, соків, напівфабрикатів — дозволить суттєво збільшити додану вартість, зміцнити експортні позиції та створити нові робочі місця.

Маркетинговий механізм розподілу як драйвер повоєнного відновлення. Роль маркетингового механізму розподілу як драйвера економічного відновлення обумовлена його здатністю генерувати мультиплікативні ефекти, що поширюються на суміжні сектори економіки та соціальну сферу [9, 5]. Ефективна система розподілу сільськогосподарської продукції створює передумови для реалізації виробничого потенціалу галузі, генерації валютних надходжень та залучення інвестицій у відновлення.

Економічний потенціал АПК України залишається значним, попри воєнні втрати [6, 10]. Країна володіє близько третинною найродючіших чорноземів світу, має сприятливі кліматичні умови та багаторічний досвід аграрного виробництва. До війни сільськогосподарська галузь забезпечувала рентабельність на рівні 40-60%, а аналітики вказували на потенціал чотириразового збільшення обсягів виробництва. Реалізація цього потенціалу безпосередньо залежить від ефективності маркетингового механізму розподілу, який забезпечує доступ продукції до ринків за конкурентними цінами [2].

Роль ефективного розподілу в економічному зростанні проявляється через кілька механізмів [1, 2]. Насамперед, це забезпечення безперервного експорту, що генерує валютні надходження. У 2024 р. експорт аграрної продукції становив 24,6 млрд доларів, при цьому загальний товарообіг сільськогосподарських та

продовольчих товарів досяг 32,2 млрд доларів. Ці кошти є критично важливими для стабільності платіжного балансу та забезпечення імпорту необхідних для відновлення товарів та послуг.

Крім того, розвиток системи розподілу стимулює інвестиції у суміжні галузі — транспорт, складське господарство, переробну промисловість, інформаційні технології [5, 8]. Міжнародна фінансова корпорація (IFC), приватний сектор кредитування Світового банку, планує інвестувати 1,5 млрд доларів у банківський, аграрний та інфраструктурний сектори України в рамках реконструкції. Залучення таких інвестицій значною мірою залежить від наявності ефективних механізмів реалізації продукції та мінімізації інвестиційних ризиків, що передбачає застосування комплексу організаційних, економічних та стратегічних методів [12].

Синергія з іншими секторами економіки проявляється у комплексному впливі розвитку АПК на національне господарство [3, 10]. Сільське господарство тісно пов'язане з транспортною галуззю (залізничний, автомобільний, річковий та морський транспорт), переробною промисловістю, торгівлею, фінансовим сектором (кредитування, страхування), а також з ІТ-індустрією (цифрові платформи, системи управління). Модернізація маркетингового механізму розподілу в АПК створює попит на послуги цих галузей, стимулюючи їхній розвиток.

Державна підтримка та регулювання відіграють вирішальну роль у формуванні сприятливого середовища для розвитку маркетингових механізмів розподілу [8]. У листопаді 2024 р. Кабінет Міністрів України затвердив Стратегію розвитку сільського господарства та сільських територій до 2030 р., яка визначає пріоритети галузевого розвитку. Плани дій 2024 р. щодо зеленого відновлення та трансформації харчової промисловості, розроблені за підтримки UNIDO, спрямовані на впровадження енергоефективних технологій та модернізацію галузі.

Європейська інтеграція відкриває додаткові перспективи для розвитку системи розподілу [3]. Лібералізація торгівлі з ЄС, запроваджена для підтримки української економіки, суттєво розширила доступ аграрної продукції на європейські ринки. У жовтні 2024 р. ЄС погодився скасувати або знизити тарифи на численні українські агропродовольчі товари, включаючи молочні продукти, фрукти, овочі та м'ясо. Водночас інтеграція вимагає приведення системи розподілу у відповідність до європейських стандартів якості, безпечності та простежуваності продукції [7].

Важливим елементом державної політики є підтримка земельного ринку [8]. Повна лібералізація ринку сільськогосподарських земель у січні 2024 р., коли юридичним особам було надано право придбавати земельні ділянки, відкрила нові можливості для залучення інвестицій. До лютого 2025 р. загальна кількість земельних транзакцій перевищила 396 тисяч. Функціонуючий земельний ринок є важливою передумовою для розвитку фінансових механізмів підтримки фермерів, зокрема кредитування під заставу землі, а також сприяє зниженню економічних ризиків господарської

діяльності [12].

Висновки. Проведене дослідження дозволяє сформулювати такі основні висновки щодо ролі маркетингового механізму розподілу в агропромисловому комплексі як драйвера повоєнного відновлення економіки України.

✓ *По-перше*, маркетинговий механізм розподілу є системним утворенням, що інтегрує канали збуту, логістичну та інформаційну інфраструктуру в єдину функціональну цілісність. У контексті АПК цей механізм характеризується специфічними особливостями, зумовленими сезонністю виробництва, швидкокопсувністю продукції та її критичною важливістю для продовольчої безпеки. Ефективність механізму розподілу безпосередньо впливає на здатність галузі генерувати грошові потоки, необхідні для відновлення виробничого потенціалу.

✓ *По-друге*, війна спричинила безпрецедентні руйнування системи розподілу сільськогосподарської продукції, водночас продемонструвавши високу адаптивність галузі. Формування альтернативних логістичних маршрутів — Українського коридору та Коридорів солідарності ЄС — дозволило зберегти експортний потенціал. Разом з тим, залежність від обмеженої кількості транспортних коридорів залишається вразливим місцем системи розподілу, що вимагає постійного моніторингу ризиків та адаптації системи управління.

✓ *По-третє*, повоєнне відновлення відкриває унікальні можливості для комплексної модернізації маркетингового механізму розподілу на основі цифрових технологій. Впровадження торговельних платформ, блокчейну, IoT та штучного інтелекту здатне суттєво підвищити ефективність системи розподілу. Омніканальні стратегії та розвиток локальних продовольчих систем забезпечать диверсифікацію каналів збуту та підвищення стійкості до зовнішніх шоків.

✓ *По-четверте*, маркетинговий механізм розподілу виступає драйвером економічного відновлення завдяки генерації мультиплікативних ефектів]. Ефективна система розподілу забезпечує реалізацію виробничого потенціалу АПК, генерує валютні надходження, стимулює розвиток суміжних галузей та створює передумови для залучення інвестицій. Інтеграція управління ризиками в загальну стратегію управління маркетинговим механізмом розподілу дозволяє забезпечити конкурентоспроможність, фінансову стабільність та сталий розвиток аграрних підприємств.

На основі проведеного дослідження можна сформулювати такі практичні рекомендації. Для підприємств АПК: диверсифікувати канали збуту, впроваджувати цифрові інструменти управління продажами та логістикою, розвивати переробні потужності для збільшення доданої вартості продукції, застосовувати системний підхід до управління ризиками, що включає їх ідентифікацію, оцінку, розробку стратегії та моніторинг. Для органів державної влади: забезпечити розвиток логістичної інфраструктури, підтримувати цифровізацію галузі, створювати сприятливі умови для розвитку земельного ринку та залучення інвестицій. Для міжнародних партнерів: спрямовувати фінансову та

технічну допомогу на модернізацію системи розподілу, сприяти інтеграції українського АПК у глобальні ланцюги вартості.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з поглибленим вивченням окремих аспектів маркетингового механізму розподілу в контексті повоєнного відновлення. Зокрема, потребують дослідження питання оптимізації структури каналів розподілу для різних

товарних груп, розробки ефективних моделей державно-приватного партнерства у сфері відновлення логістичної інфраструктури, а також оцінки ефективності впровадження цифрових технологій у маркетингові системи розподілу підприємств АПК різного масштабу з урахуванням комплексу ризиків господарської діяльності.

Список використаних джерел:

1. Ukraine - fourth rapid damage and needs assessment (RDNA4) : february 2022 - december 2024. (2025). World Bank Group. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/099022025114040022>
2. Ukraine war economy tracker. (2025). Centre for Economic Strategy. URL: <https://ces.org.ua/en/tracker-economy-during-the-war/>
3. Ukrainian agriculture: briefing document. European Parliament. URL: <https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2024/760432/>
4. Tetteh, I., & Colussi, J. (2024). 1,000 days of Ukraine-Russia's war: projections vs. reality. *Farmdoc daily*. Vol. 14. No. 219. URL: <https://farmdocdaily.illinois.edu/2024/12/1000-days-of-ukraine-russias-war-projections-vs-reality.html>
5. Broyaka, A., Dankevych V., Dodd E., & Welsh C. (2025). Blueprint for an agricultural recovery plan for Ukraine. Center for Strategic and International Studies. URL: <https://www.csis.org/analysis/blueprint-agricultural-recovery-plan-ukraine>
6. Dankevych V. The road to restoration: post-war recovery of the Ukrainian agricultural sector. Food Tank. URL: <https://foodtank.com/news/2023/03/post-war-recovery-of-the-ukrainian-agricultural-sector/>
7. Enhancing resilience by boosting digital business transformation in Ukraine. OECD. URL: https://www.oecd.org/en/publications/enhancing-resilience-by-boosting-digital-business-transformation-in-ukraine_4b13b0bb-en.html
8. Ukraine plan 2024–2027. Ukraine Facility. URL: <https://www.ukrainefacility.me.gov.ua/wp-content/uploads/2024/03/ukraine-facility-plan.pdf>
9. Василенко С.В. (2024). Роль маркетингової політики розподілу в забезпеченні продовольчої безпеки країни. *Бізнес-навігатор*, № 3(76). С. 102–108. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.76-46>
10. Лупенко Ю.О. (2015). Розвиток аграрного сектору економіки України: прогнози та перспективи. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*, Сер.: Економіка, № 2(2). С. 30–34. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2015_2%282%29__7
11. Василенко С.В. (2025). Маркетингова політика розподілу: сучасні трансформації. *Вісник Сумського національного аграрного університету*, № 2(102). DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2025.2.8>
12. Котвицька Н.М., Гривківська О.В., Овсієнко Н.В. (2024). Мінімізація ризиків господарської діяльності в контексті стратегії управління підприємствами аграрного сектора. *Розвиток міста*, № 4(04). С. 35–41. DOI: <https://doi.org/10.32782/city-development.2024.4-5>
13. Котлер Ф., Армстронг Г. (2022). *Основи маркетингу*. Київ : Наук. думка, 880 с. ISBN 978-617-7812-04-2/.

References:

1. Ukraine - fourth rapid damage and needs assessment (RDNA4) : february 2022 - december 2024. (2025). World Bank Group. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/099022025114040022> [in English].
2. Ukraine war economy tracker. (2025). Centre for Economic Strategy. URL: <https://ces.org.ua/en/tracker-economy-during-the-war/> [in English].
3. Ukrainian agriculture: briefing document. European Parliament. URL: <https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2024/760432/> [in English].
4. Tetteh, I., & Colussi, J. (2024). 1,000 days of Ukraine-Russia's war: projections vs. reality. *Farmdoc daily*. Vol. 14. No. 219. URL: <https://farmdocdaily.illinois.edu/2024/12/1000-days-of-ukraine-russias-war-projections-vs-reality.html> [in English].
5. Broyaka, A., Dankevych V., Dodd E., & Welsh C. (2025). Blueprint for an agricultural recovery plan for Ukraine. Center for Strategic and International Studies. URL: <https://www.csis.org/analysis/blueprint-agricultural-recovery-plan-ukraine> [in English].
6. Dankevych V. The road to restoration: post-war recovery of the Ukrainian agricultural sector. Food Tank. URL: <https://foodtank.com/news/2023/03/post-war-recovery-of-the-ukrainian-agricultural-sector/> [in English].
7. Enhancing resilience by boosting digital business transformation in Ukraine. OECD. URL:

https://www.oecd.org/en/publications/enhancing-resilience-by-boosting-digital-business-transformation-in-ukraine_4b13b0bb-en.html [in English].

8. Ukraine plan 2024–2027. Ukraine Facility. URL: <https://www.ukrainefacility.me.gov.ua/wp-content/uploads/2024/03/ukraine-facility-plan.pdf> [in English].

9. Vasylenko, S.V. (2024). Rol marketynhovoї polityky rozpodilu v zabezpechnni prodovolchoi bezpeky krainy [The role of marketing distribution policy in ensuring food security of the country]. *Biznes-navihator*, No. 3(76). Pp. 102–108. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.76-46> [in Ukrainian].

10. Lupenko, Yu.O. (2015). Rozvytok ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukrainy: prohnozy ta perspektyvy [Development of the agricultural sector of the economy of Ukraine: forecasts and prospects]. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University, Series: Economics*, No. 2(2). Pp. 30–34. [in Ukrainian].

11. Vasylenko, S.V. (2025). Marketynhova polityka rozpodilu: suchasni transformatsii [Marketing distribution policy: modern transformations]. *Bulletin of Sumy National Agrarian University*, No. 2(102). DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2025.2.8> [in Ukrainian].

12. Kotvytska, N.M., Hryvkivska, O.V., & Ovsienko, N.V. (2024). Minimizatsiia ryzykiv hospodarskoi diialnosti v konteksti stratehii upravlinnia pidpriemstvamy ahrarnoho sektora [Minimization of risks of economic activity in the context of the management strategy of enterprises of the agricultural sector]. *City development*, No. 4(04). Pp. 35–41. DOI: <https://doi.org/10.32782/city-development.2024.4-5> [in Ukrainian].

13. Kotler, F., & Armstrong, H. (2022). *Osnovy marketynhu [Fundamentals of Marketing]*. Kyiv : Nauk. Dumka, 880 p. ISBN 978-617-7812-04-2/. [in Ukrainian].

Дата надходження статті: 29.12.2025 р.

Дата прийняття статті до друку: 19.01.2026 р.