

компанії. Попри складні умови, в країні будуються нові перевалочні термінали, модернізуються складські комплекси та оновлюється автопарк. Деякі компанії активно інвестують у створення власних флотилій, спрямовуючи мільярди гривень у розвиток інфраструктури. Для подальшого зростання галузі критично важливими є ефективне державно-приватне партнерство та продовження євроінтеграційних реформ [4]. Саме ці кроки можуть сприяти залученню іноземних інвестицій та виведенню української логістики на якісно новий рівень.

Література

1. TRANS.INFO (2025) *Світовий ринок логістики знову зростає в усіх сегментах*. <https://trans.info/ua/svitovyy-rynok-lohistryky-znovu-zrostaе-398468> (дата звернення: 12.01.2025)
2. Репін М.С. (2023) *Сучасні виклики розвитку транспортно-логістичних послуг у контексті глобальних економічних змін*. Вчені записки : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана. — Київ : КНЕУ. — Вип. 32. — С. 161–171.
3. Global Ocean Link (2024) *Галузеві тренди. Стан логістичної галузі в Україні: тренди та особливості*. <https://gol.ua/galuzevi-trendy-stan-logistychnoyi-galuzi-v-ukrayini-trendy-ta-osoblyvosti/> (дата звернення: 20.12.2024)
4. Машканцева С.О. (2019) *Розвиток транспортно-логістичних кластерів в транспортній системі регіону*. Актуальні проблеми інноваційної економіки. — № 4. — С. 5–9. — Режим доступу: <https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/3542/1/3.pdf> (дата звернення: 14.12.2024)

Репін К.С.

здобувач PhD,

Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

РЕЙТИНГУВАННЯ ОРГАНІЧНИХ БРЕНДІВ В УКРАЇНІ

Протягом останніх кількох років Україна стабільно входить до п'ятірки найбільших експортерів органічної продукції до країн Європейського Союзу. Станом на сьогодні понад 60 найменувань української органічної продукції імпортуються до 40 держав світу. Паралельно спостерігається зміцнення позицій вітчизняних виробників органічної продукції на внутрішньому ринку: зростає впізнаваність органічних брендів, а споживачі все частіше віддають перевагу їхній продукції [1].

З метою визначення найбільш впізнаваних українських органічних брендів, медіа-платформа Brand Story Ukraine у співпраці з органом сертифікації «Органік Стандарт» четвертий рік поспіль формує рейтинги виробників органічної продукції [2]. Рейтинги охоплюють різні категорії, зокрема виробників бакалійної продукції, свіжих продуктів, молочної продукції та експортерів органічних товарів з доданою вартістю. Оцінювання проводиться на основі даних про обсяги виробництва, присутність у торговельних мережах, а також активність у медіа та соціальних мережах, що забезпечує об'єктивність результатів.

Для визначення обсягів реалізації продукції використовувалися дані операторів органічного ринку, сертифікованих «Органік Стандартом». Оскільки понад 95 % суб'єктів органічного сектору в Україні проходять сертифікацію цього органу, отримані результати є репрезентативними.

У 2024 році було представлено п'ять рейтингів:

- ТОП-10 найбільш впізнаваних органічних брендів України;
- ТОП-3 виробників органічних бакалійних продуктів;
- ТОП-3 українських брендів органічної свіжої продукції;
- ТОП органічних виробників молочної продукції;
- ТОП-5 експортерів органічної продукції з доданою вартістю.

До рейтингу увійшли підприємства, що демонструють лідерські позиції за обсягами продажів та впливом на ринок у своїх категоріях.

Рейтинг брендів органічного походження в Україні в 2024 році очолили торгові марки «Organic Milk», «Дунайський аграрій», «Старий Порицьк», «Сквирянка», «Organic Chicken», «Екород», «BigBlue», «Spring Drops». «Gama Organica», «Агро Стариця» [2] (рис. 1).



Рис. 1. Рейтинг українських брендів у сфері органічного виробництва у 2024 році

Джерело: Складено на основі [2]

Рейтингування органічних брендів має значний позитивний вплив на стійкість бізнесу в Україні, сприяючи розвитку органічного сектору та зміцненню позицій виробників на ринку [3]. Рейтинги, створені на основі прозорих і зрозумілих критеріїв, допомагають споживачам ідентифікувати надійні бренди. Це підвищує довіру до продукції та формує лояльність клієнтів, що особливо важливо на ринку органічної продукції, де якість і прозорість виробництва є ключовими факторами успіху.

Попадання до рейтингу найкращих органічних виробників автоматично підвищує видимість бренду серед споживачів і партнерів. Це дає виробникам змогу зайняти кращі позиції на полицях супермаркетів, розширити присутність у торговельних мережах і залучити нових клієнтів. Рейтингування створює здорову конкуренцію між виробниками, мотивуючи їх інвестувати у якість продукції, інновації, маркетингові стратегії та екологічні ініціативи. Це сприяє підвищенню загального рівня органічного ринку в Україні.

Бренди, які входять до ТОП-списків, частіше стають об'єктами уваги міжнародних грантових програм у сфері розвитку сталого сільського господарства. Це, також, стимулює розробку державних програм підтримки органічного виробництва, полегшує доступ до фінансування та сприяє розвитку галузі в цілому.

Популяризація органічних брендів поширює знання про екологічно чисту продукцію серед населення. Це не лише змінює споживчі звички, але й підвищує рівень екологічної свідомості, сприяючи сталому розвитку як бізнесу, так і суспільства загалом.

Отже, рейтингування органічних брендів не лише стимулює розвиток компаній, але й сприяє формуванню екологічно орієнтованої економіки в Україні. Воно допомагає виробникам конкурувати на світовому рівні, одночасно забезпечуючи сталий розвиток галузі та підтримуючи довіру споживачів.

Література

1. Шергіна Л.А., Рєпін К.С. (2022) *Потенціал еко-підприємництва України на ринку органічного виробництва ЄС*. Економіка та підприємництво : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана. — Київ : КНЕУ. — Вип. 49. — С. 110–123.
2. Brand Story (2024) *ORGANIC'24: ТОП-10 найвпізнаваніших органічних брендів України*. <https://brandstory.com.ua/rejtingi/organic-24-top-10-najvpiznavanisih-organichnih-brendiv-ukraini> (дата звернення: 11.01.2025)
3. Купалова Г.І. (2011) *Екологічне підприємництво як невід'ємна складова сталого розвитку України*. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Військово-спеціальні науки. № 26. С. 35–39.
4. Зайчук Т.О. (2009) *Виробництво екологічно чистих продуктів харчування як стратегічний напрямок розвитку України*. Економіка і регіон. — № 1 (20). — С. 100–105.

Сафронська І.М.

кандидат економічних наук, доцент,

Бойченко О.В.

здобувач PhD,

Східноукраїнський національний
університет імені Володимира Даля

ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ АНАЛІТИКИ ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМАХ

Економічна аналітика відіграє важливу роль у стратегічному управлінні ризиками в логістичних системах, забезпечуючи можливість ідентифікувати ризики, оцінювати їхній вплив на бізнес-процеси та розробляти ефективні стратегії їх мінімізації.

Серед ключових шляхів зниження ризиків виокремлюються системний аналіз ризиків, розробку та впровадження стратегій їх запобігання, а також постійний моніторинг і корекцію стратегій управління ризиками [1].

Основні аспекти використання економічної аналітики при формуванні стратегії управління ризиками в логістичних системах, полягають в:

- ідентифікації ризиків;
- оцінці ризиків;
- розробці стратегій управління ризиками;
- прогнозуванні та моделюванні;
- моніторингу і контролю;
- технологічній підтримці.

Ідентифікація ризиків при використанні економічної аналітики у стратегії управління ризиками в логістичних системах передбачає систематичний підхід до виявлення потенційних загроз, які можуть вплинути на ефективність і безперебійність логістичних процесів. Цей процес включає збір та аналіз історичних даних для визначення слабких місць у логістичному ланцюгу, таких як затримки поставок, зриви у роботі транспорту чи коливання витрат на паливо.

Для оцінки сильних і слабких сторін системи, можливостей і загроз, що впливають із зовнішнього середовища, зокрема економічних, політичних, соціальних і технологічних факторів, використовуються інструменти SWOT-аналізу. Особлива увага приділяється аналізу залежності від постачальників, логістичних маршрутів і ключових показників ефективності, таких як точність прогнозів попиту або час доставки. Завдяки економічній аналітиці можна ідентифікувати ризики, які раніше могли залишатися непоміченими, і створити основу для ефективного планування та управління ризиками у логістичній системі.