

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту  
Кафедра менеджменту та маркетингу

Кваліфікаційна робота на правах рукопису

ТЕРНАВСЬКИЙ Вадим Вадимович

УДК: 330. 65. 658.9

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

Формування системи управління дистрибуцією в агробізнесі  
(на прикладі ADLER AGRO VISION)

Спеціальність 073 Менеджмент  
Подається на здобуття освітнього ступеня «Магістр»

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

---

(підпис, ініціали та прізвище здобувача вищої освіти)

Керівник роботи:  
КРАВЧУК Ірина Ігорівна  
Доктор економічних наук, професор

Житомир – 2025

## **Анотація**

**Тернавський В. В. Формування системи управління дистрибуцією в агробізнесі (на прикладі ADLER AGRO VISION). – Рукопис.**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 073 «Менеджмент». - Поліський національний університет Міністерства освіти і науки України, 2025.

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретико-методичні засади формування ефективної системи управління дистрибуцією в агробізнесі. Розкрито сутність, структуру та принципи побудови системи дистрибуції аграрних підприємств. Проведено аналіз організації дистрибуції компанії ADLER AGRO VISION. Запропоновано напрями вдосконалення управління дистрибуцією на основі логістичного підходу, цифровізації процесів постачання та розширення партнерських мереж.

*Ключові слова:* агробізнес, дистрибуція, управління дистрибуцією, логістика, збут, ефективність.

## **Summary**

**Ternavsky Vadym. Formation of a distribution management system in agribusiness (based on the example of Adler Agro Vision). – Manuscript.**

Qualification work for obtaining a Master's degree in the specialty 073 «Management». - Polissia National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, 2025.

The thesis explores the theoretical and methodological foundations for forming an effective distribution management system in agribusiness. It reveals the essence, structure, and principles of building a distribution system. An analysis of the sales activities of ADLER AGRO VISION. Directions for improving distribution management based on a logistics approach, digitization of supply processes, and expansion of partner networks are proposed.

*Keywords:* agribusiness, distribution, distribution management, logistics, sales, efficiency.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	4
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ДИСТРИБУЦІЄЮ В АГРОБІЗНЕСІ</b>	7
1.1 Сутність, зміст і поняття дистрибуції як об'єкта управління	7
1.2 Функції, методи та інструменти управління дистрибуцією в агробізнесі	8
1.3 Управління формуванням бізнес-процесів дистрибуції	10
Висновки до розділу 1	11
<b>РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН УПРАВЛІННЯ ДИСТРИБУЦІЙНИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В УМОВАХ «ADLER AGRO VISION»</b>	12
2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства	12
2.2 Оцінка стану та структурування проблем управління дистрибуцією	17
2.3 Особливості розвитку репутаційного потенціалу	18
Висновки до розділу 2	19
<b>РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМНОГО УПРАВЛІННЯ ДИСТРИБУЦІЄЮ В УМОВАХ «ADLER AGRO VISION»</b>	20
3.1 Розробка моделі системи управління дистрибуційними бізнес-процесами	20
3.2 Інноваційна активізація ресурсного забезпечення управління дистрибуцією з використанням агросервісних платформ.	22
Висновки до розділу 3	25
<b>ВИСНОВКИ</b>	26
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	28
<b>ДОДАТКИ</b>	32

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Особливості та швидкоплинність сучасного економічного середовища обумовлюють необхідність трансформації базових принципів функціонування підприємств. Економічна діяльність стає дедалі більш невизначеною, що, з одного боку, вимагає оперативної адаптації суб'єктів господарювання до змін ринкової кон'юнктури, а з іншого акцентує увагу на скороченні ризиків їхньої діяльності.

**Аналіз останніх досліджень.** Формування системи управління дистрибуцією в агробізнесі є предметом уваги відомих вітчизняних та зарубіжних науковців Б. Балабанової, О. Буднік, В. Зіновчука О. Карпенка, І. Кривовяз'юка, О. Мельника, В. Лагутіна, І. Соловійова, Н. Ушакової, О. Шпичака, О. Томіліна, Р. Окландера, Б. Сайрери, Д. Фітцджеральда та багатьох інших, якими здійснено обґрунтування маркетингових і дистрибуційних особливостей сільськогосподарської продукції, організаційно-економічних механізмів управління збутом у сільськогосподарських підприємствах (зазначаючи, що система дистрибуції має враховувати сезонність виробництва, територіальну розгалуженість споживачів та логістичні обмеження), цифрової трансформації системи дистрибуції в агробізнесі, наголошуючи на впровадженні ERP-систем, CRM-технологій та електронних платформ взаємодії з торговими партнерами.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дослідження є обґрунтування системи управління дистрибуцією в агробізнесі підприємства. Для реалізації мети слід виконати такі завдання:

дослідити теоретичні засади управління дистрибуцією в агробізнесі;

– обґрунтувати особливості позиціонування функцій, методів та інструментів управління дистрибуцією в агробізнесі;

– дослідити теоретичні підходи до управління формуванням бізнес-процесів дистрибуції;

– здійснити аналіз сучасного стану управління дистрибуційними бізнес-процесами підприємства;

- структурувати проблеми управління дистрибуцією підприємства;
- вивчити особливості розвитку репутаційного потенціалу підприємства в умовах дистрибуції;
- розробити модель системи управління дистрибуційними бізнес-процесами підприємства;
- обґрунтувати інноваційну активізацію ресурсного забезпечення управління дистрибуцією з використанням агросервісних платформ.

**Об’єкт і предмет дослідження.** *Об’єктом дослідження є процес управління дистрибуцією в агробізнесі Adler Agro Vision. Предметом дослідження є сукупність теоретико-методичних і практичних положень щодо удосконалення управління дистрибуцією в агробізнесі.*

**Методи дослідження.** *У процесі дослідження використано такі методи як діалектичної та формальної логіки для вивчення теоретичних основ управління дистрибуційними процесами в агробізнесі, узагальнення наукових підходів для формування ефективної системи дистрибуції; аналізу та синтезу для систематизації наукових джерел, виявлення взаємозв’язку між елементами дистрибуційної системи підприємства та визначення основних факторів, що впливають на її ефективність; абстрактно-логічний метод при розробці теоретичної моделі системи управління дистрибуцією аграрного підприємства; порівняльно-економічний аналіз для оцінки ефективності дистрибуційної діяльності компанії.*

*Інформаційною базою дослідження стали нормативні акти України з питань здійснення підприємствами господарської та маркетингової діяльності; підручники, публікації в періодичних виданнях і мережі Інтернет з питань дистрибуції в аграрному секторі; первинна документація, що характеризує діяльність ТОВ «ADLER AGRO VISION» за період 2022–2024 рр.*

**Практичне значення отриманих результатів** полягає у можливості їх використання для підвищення ефективності управління дистрибуційною діяльністю аграрних підприємств. На основі проведених досліджень

розроблено рекомендації щодо оптимізації системи управління дистрибуцією компанії Adler Agro Vision.

**Апробація результатів кваліфікаційної роботи.** Основні положення кваліфікаційної роботи викладено в таких наукових працях:

1. Тернавський В. Інноваційна активізація ресурсного забезпечення управління дистрибуцією з використанням агросервісних платформ. *Зб. праць учасників IV Міжнар. наук.-практ.конференції «Інноваційний вектор розвитку обліку, фінансів, аналізу й аудиту в Україні та світі» (6-7 листоп. 2025 р.)*. Житомир. Поліський національний університет. 2025. С. 320-325.

DOI: <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.30735509>.

2. Тернавський В. Маркетингові аспекти управління дистрибуцією в агробізнесі. *Збір. матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів, студентів «Менеджмент, маркетинг, логістика: тренди та подолання викликів» (м. Житомир, 12 листопада 2025 року)*. Житомир: Вид-во «Поліський національний університет». 2025. С. 296-299.

3. Тернавський В. Управління формуванням бізнес-процесів дистрибуції в аграрному секторі економіки. *Зб. наук. праць Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку»*. Переяслав. 2025. Вип. 112. С. 22-27.

Загальний обсяг роботи становить 33 сторінки друкованого тексту, містить 7 таблиць, 7 рисунків та список використаних джерел із 42 найменувань.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ДИСТРИБУЦІЄЮ В АГРОБІЗНЕСІ

### 1.1 Сутність, зміст і поняття дистрибуції як об'єкта управління

Формування сучасних концептуальних підходів до управління економічними процесами є наслідком глибокого та критичного аналізу існуючих наукових теорій, які осмислюються у світлі новітніх знань. У межах такого аналізу ідентифікуються нові аспекти динаміки досліджуваних процесів, виявляються закономірності та надається їх логічне обґрунтування. Вихідною точкою цього підходу виступає усвідомлення необхідності перегляду фундаментальної тези про зниження ефективності традиційних концепцій управління.

У науковій літературі поняття «дистрибуція» трактується з різних перспектив. Зокрема, його визначають як: систему організаційних, економічних та логістичних заходів, які забезпечують ефективне доведення продукції до кінцевих споживачів; комбінацію каналів та механізмів реалізації товарів і послуг; елемент маркетингової політики підприємства, спрямований на забезпечення оптимального задоволення потреб клієнтів. Дослідження різних аспектів розвитку та підвищення ефективності діяльності підприємств агропромислового сектору привертає увагу як зарубіжних, так і українських науковців і практиків. Серед них варто згадати таких фахівців, як Б. Андрушків, М. Боехлю, Н. Вдовенко, К. Волощук, Л. Віцкі, В. Іванишин, Р. Гайсин, А. Голубєв, В. Копитко, Р. Корінець, Л. Левківська, Р. Мейєр, М. Метеркемп, М. Місюк, В. Ніценко, П. Пуцинтейло, Л. Руда, М. Рует, Л. Сокол, А. Стельмащук, Ш. Сунакбаєв, О. Табенко, О. Томілін, І. Цвігун, Н. Чорна та інших [1, с.17-26]. Чимало з них зосереджують увагу на тому, що для поліпшення використання ресурсів у межах національної економіки необхідно змінювати структуру міжгалузевих зв'язків і розвивати інтеграційні процеси між галузями. Зокрема, йдеться про формування мереж підприємств, які об'єднують багатьох

учасників. Це підкреслює актуальність завдання ефективного управління мережевою взаємодією в агропромисловому комплексі для підвищення продуктивності. Структура дистрибуції охоплює декілька важливих компонентів [2, с. 9-11]:

- фізичний рух продукції, що включає транспортування, складування, пакування та збереження товарів.
- формування каналів збуту через залучення посередників, партнерських мереж, оптових і роздрібних структур.
- управління інформаційними потоками з акцентом на встановлення ефективного зворотного зв'язку між виробником, дистриб'юторами і споживачами.
- фінансовий аспект, що включає контроль витрат на просування продукції та забезпечення економічної ефективності збуту.
- організаційно-управлінський аспект, який охоплює стратегічне планування, координацію учасників каналу дистрибуції та оцінку досягнутих результатів.

Як об'єкт управління, дистрибуція має багаторівневу структуру, яка включає: стратегічний рівень, що передбачає розробку концептуальних засад збутової політики, вибір каналів розподілу та сегментацію ринку. Тактичний рівень, який охоплює розробку оптимальних схем руху товарів, управління ресурсами та ціноутворення.

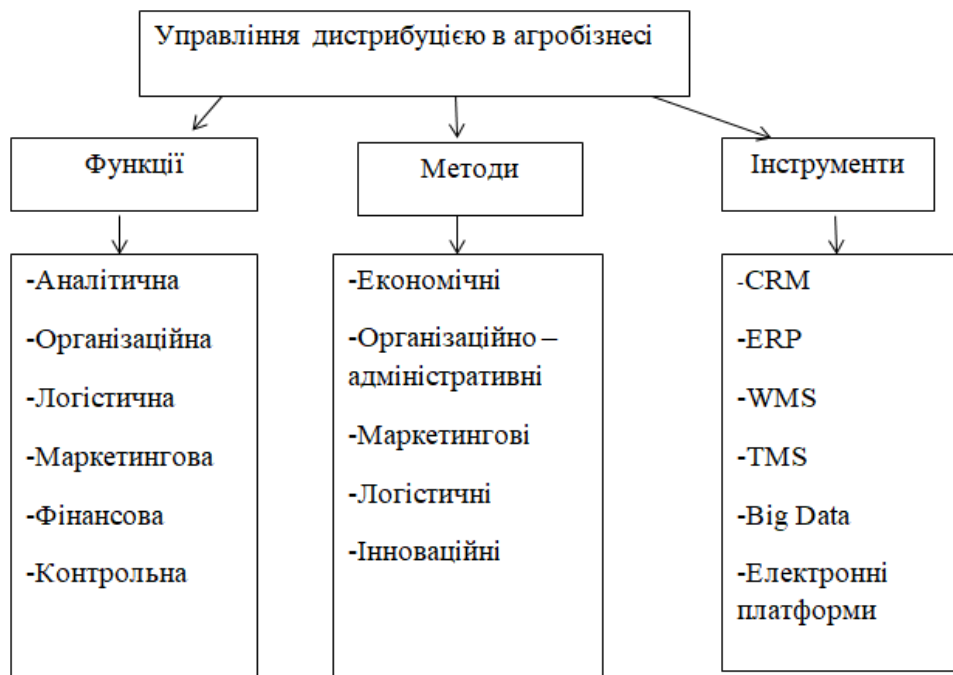
## **1.2. Функції, методи та інструменти управління дистрибуцією в агробізнесі**

Ефективне управління дистрибуцією в аграрному секторі має стратегічне значення, оскільки забезпечує своєчасне постачання продукції кінцевим споживачам, збереження її якісних характеристик та сприяє формуванню стабільних ринкових позицій підприємства. Ураховуючи специфіку агропромислової продукції, яка характеризується сезонністю, швидкопсувністю, залежністю від природно-кліматичних умов та коливаннями

попиту, управління дистрибуційними процесами потребує комплексного та адаптивного підходу [3, с.8-10].

Управління дистрибуцією передбачає виконання ключових функцій. Аналітична функція полягає у дослідженні ринку, аналізі попиту, визначенні потреб споживачів та оцінці діяльності конкурентів. Організаційна функція орієнтована на проєктування каналів збуту, координацію взаємодії між постачальниками, посередниками й діловими партнерами. Логістична функція акцентує увагу на оптимізації транспортування, складування, пакування та забезпеченні збереження якості продукції. Маркетингова функція охоплює заходи з просування товарів, формування споживчої лояльності та позиціонування бренду. Фінансова функція включає контроль витрат, розробку політики ціноутворення та планування руху фінансових потоків у рамках каналів дистрибуції. Контрольна функція спрямована на оцінку ефективності дистрибуційної системи, виявлення недоліків і розробку коригувальних заходів. Здійснення цих функцій базується на використанні різних методів управління, водночас ефективність системи управління значною мірою залежить від правильно підібраних інструментів. Функції, методи та інструменти управління дистрибуцією в аграрному секторі утворюють взаємопов'язану інтегровану систему, спрямовану на оптимізацію ефективності збутових операцій підприємства. Функції управління визначають основні напрямки організації процесів дистрибуції, орієнтуючись на аналіз даних, логістику, маркетингову підтримку, фінансовий моніторинг та координацію діяльності суб'єктів у каналах збуту. Методи реалізації цих функцій ґрунтуються на використанні економічних, організаційно-адміністративних, маркетингових, логістичних та інноваційних підходів.

Синергія зазначених компонентів формує системний підхід до управління каналами дистрибуції, який дає змогу аграрним підприємствам забезпечувати оперативність постачання продукції, мінімізувати витрати на логістику, покращувати якість сервісного обслуговування клієнтів і посилювати їх конкурентоспроможність на агромаркетах [5, с.42-45].



**Рис. 1.1. Управління дистрибуцією в агробізнесі**

Джерело: розроблено автором

### 1.3 Управління формуванням бізнес-процесів дистрибуції

Економічний розвиток України нерозривно пов'язаний із прогресом агропромислового комплексу, фундаментом якого є сільське господарство. Однак збереження й розширення ринків збуту продукції цього сектора стикаються зі складнощами, що мають амбівалентний характер, характеризуючись періодами нестабільності та обмеженого зростання. У контексті глобалізації ринків та посилення конкурентного тиску розкриття потенціалу національного агропромислового комплексу через його розширення, а також диверсифікацію виробництва стає ключовим завданням. Такий підхід сприяє збільшенню обсягів існуючих ринків, формуванню нових каналів реалізації продукції, а також зростанню частки доданої вартості.

Основні етапи формування бізнес-процесів дистрибуції [8, с.40]:

- визначення ключових етапів транспортування продукції від виробника до споживача.

- раціоналізація логістичних процесів, таких як перевезення, складування, забезпечення якості й пакування продукції.

- вибір оптимальних каналів збуту (прямих, непрямих або змішаних) та їх ефективне управління.

- впровадження цифрових технологій за допомогою сучасних ІТ-рішень: CRM, ERP, WMS, TMS-систем.

- постійний моніторинг і аналіз ефективності, включаючи витрати, терміни доставки й рівень задоволеності споживачів.

Активний розвиток науково-технічного прогресу, впровадження новітніх технологій і їхнє застосування у всіх без винятку виробничих секторах економік розвинених країн сприяли не тільки появі нових методів виготовлення традиційної продукції, а й суттєво змінюють споживчі потреби суспільства в сфері харчування. Стійкість цих змін, а також їхній помітний вплив на формування ресурсів і продукції на глобальному продовольчому ринку, де Україна займає ключову роль, вимагають переосмислення класичних підходів до агропромислового комплексу.

### **Висновки до розділу1**

У результаті теоретичного аналізу визначено сутність дистрибуції як об'єкта управління, охарактеризовано її основні функції, методи та інструменти, а також обґрунтовано доцільність розгляду дистрибуції в агробізнесі як цілісної логістично-економічної системи. Дистрибуція в агробізнесі розглядається як комплексна система організації руху товарів і послуг від виробника до кінцевого споживача, яка забезпечує ефективний обіг продукції, оптимізацію витрат і підвищення ринкової стійкості підприємства.. Управління дистрибуцією передбачає стратегічне й операційне планування каналів збуту, координацію взаємодії між учасниками логістичного ланцюга, а також контроль ефективності використання ресурсів.

## РОЗДІЛ 2

### СУЧАСНИЙ СТАН УПРАВЛІННЯ ДИСТРИБУЦІЙНИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В УМОВАХ «ADLER AGRO VISION»

#### 2.1. Організаційно – економічна характеристика підприємства

Компанія Adler Agro Vision входить до числа провідних лідерів аграрної галузі. Її головна мета полягає в забезпеченні сільгоспвиробників високоякісною та надійною продукцією. Діяльність підприємства охоплює 12 регіонів України, а партнерська мережа включає 16 провідних міжнародних і українських виробників у сфері агропромислового комплексу, серед яких New Holland, Berthoud, Amazone, Syngenta, Corteva, Basf, Bayer та інші.

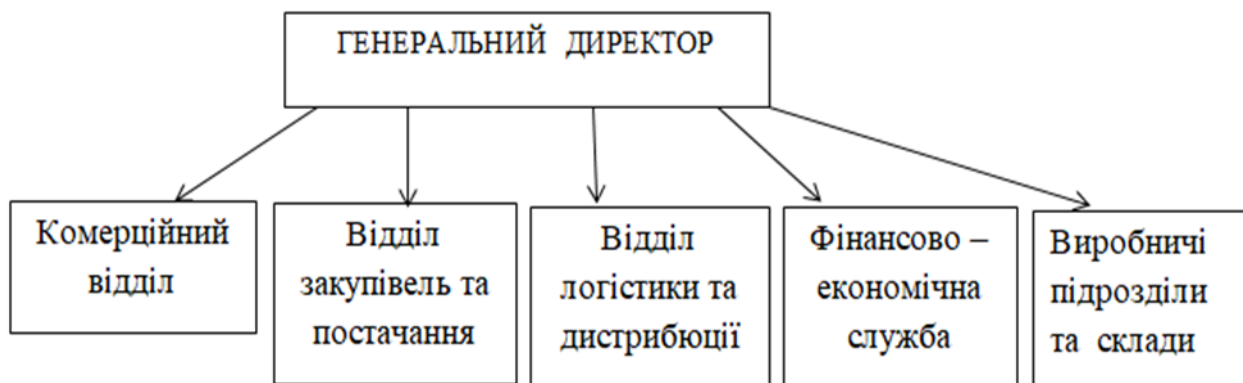
*Таблиця 2.1*

#### Загальна інформація про підприємство – об'єкт переддипломної практики

Повна назва підприємства	Товариство з обмеженою відповідальністю Adler Agro Vision
Юридична адреса підприємства	Україна, 10007, Житомирська обл., м. Житомир, вул. Авіаторів, буд. 11
Ідентифікаційний код	45619358
Вид економічної діяльності підприємства за КВЕД	Основний КВЕД: 46.75 – Оптова торгівля хімічними продуктами Інші ділянки: – 01.61 – Допоміжна діяльність у рослинництві – 26.51 – Виробництво інструментів для вимірювання, дослідження та навігації – 33.12 – Ремонт і технічне обслуговування машин – 45.31; 46.14; 46.21; 46.36; 46.61; 46.69; 46.73; 46.90; 49.41; 52.29; 68.20; 77.11; 77.12; 77.31; 82.30 – інші види діяльності

Джерело: данні підприємства

ТОВ «Adler Agro Vision» інноваційне агропромислове підприємство, яке спеціалізується на виробництві, закупівлі та дистрибуції сільськогосподарської продукції. Компанія успішно працює на українському ринку агробізнесу, поєднуючи сучасні методи вирощування, зберігання та реалізації з гнучким управлінням логістичними процесами та каналами дистрибуції [14, с.1].



**Рис. 2.1 Організаційна структура підприємства**

Джерело: розроблено автором на основі [38].

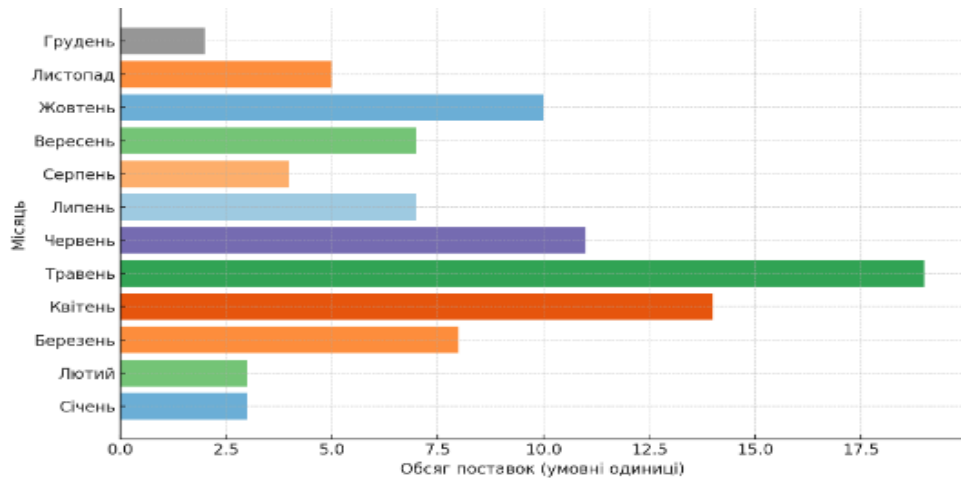
ТОВ «Adler Agro Vision» здійснює активну дистрибуційну діяльність у сфері постачання засобів захисту рослин, насіння, мінеральних добрив і мікробіологічних препаратів. Основною метою дистрибуції є забезпечення безперебійного постачання агропродукції клієнтам у різних регіонах України з урахуванням сезонних коливань попиту. Основні напрями продукції та обсяги реалізації наведено в таблиці 2.2.

*Таблиця 2.2*

**Структура реалізації продукції ТОВ «Adler Agro Vision» у 2024 р.**

Вид продукції	Канал збуту	Обсяг реалізації, т	Частка у загальному обсязі, %	Середня ціна, грн/т	Виторг, тис. грн
Насіння зернових культур	Прямі продажі	1 240	28,5	14 000	17 360
Засоби захисту рослин (ЗЗР)	Дилерська мережа	1 050	24,1	18 500	19 425
Мінеральні добрива	Онлайн-канал	870	20,0	13 200	11 484
Біопрепарати	Прямі продажі + онлайн	590	13,6	16 700	9 853
Інші товари агросегменту	Дилерська мережа	590	13,8	12 400	7 316
Разом	—	4 340	100,0	—	65 438

Джерело: сформовано автором за [42].



**Рис. 2.2 Динаміка поставок продукції «Adler Agro Vision» у 2024 р**

Джерело: сформовано автором [42].

З аналізу видно, що пікові періоди поставок припадають на квітень–травень, коли фермерські господарства активно готуються до посівної кампанії. У літні місяці обсяги реалізації знижуються, а восени зростають у зв'язку з закупівлею добрив для озимих культур. Сукупна вартість бізнес-процесів дистрибуції у 2024 році склала 12,8 млн грн, зокрема: логістика і транспортування 6,1 млн грн (47,7%); складське зберігання 3,4 млн грн (26,6%); пакування та маркування 1,7 млн грн (13,3%); обслуговування клієнтів та підтримка продажів 1,6 млн грн (12,4%). Оптимізація цих процесів дозволила скоротити витрати на 8,4% порівняно з попереднім роком, що позитивно вплинуло на маржинальність підприємства. Аналіз основних економічних показників господарської діяльності підприємства за 2022–2023 роки свідчить про позитивну динаміку розвитку та підвищення ефективності роботи (табл. 2.3).

*Таблиця 2.3*

**Основні економічні показники господарської діяльності підприємства**

Показники	2022р.	2023р.	2024р.	2022 р. до 2024 р.	
				+/-	%
Чистий дохід (виручка), тис. грн.	40 000	45 000	+5 000	+5 000	12,5%
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	30 000	33 500	+3 500	+3 500	11,7%
Валовий прибуток, тис. грн.	10 000	11 500	+1 500	+1 500	15,0%
Чистий прибуток, тис. грн.	3 500	4 200	+700	+700	20,0%
Статутний капітал, тис. грн.	1 000	1 000	0	0	0,0%

Власний капітал, тис. грн.	6 500	7 200	+700	+700	10,8%
Залучений капітал, тис. грн.	4 000	4 500	+500	+500	12,5%
Робочий (чистий оборотний капітал), тис. грн.	2 000	2 400	+400	+400	20,0%
Середньорічна вартість необоротних активів, тис. грн.	8 000	8 600	+600	+600	7,5%
Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.	5 500	6 000	+500	+500	9,1%
Фондовіддача грн	5,0	5,2	+0,2	+0,2	4,0%
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	7,3	7,5	+0,2	+0,2	2,7%
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	100	105	+5	+5	5,0%
Продуктивність праці, тис. грн.	400,0	428,6	+28,6	+28,6	7,15%
Рентабельність власного капіталу, %	53,8%	58,3%	+4,5 п.п.	+4,5 п.п.	8,37%

Джерело: сформовано автором за [42].

Чистий дохід від реалізації продукції зріс на 12,5%, що є свідченням успішної збутової політики та зростання попиту на продукцію підприємства. Водночас собівартість реалізованої продукції зросла на 11,7%, що вказує на контрольоване збільшення витрат, які не перевищують темп зростання доходів. Валовий прибуток збільшився на 15%, а чистий прибуток на 20%, що демонструє зростання прибутковості господарської діяльності. Це забезпечило підвищення рівня рентабельності власного капіталу до 58,3% та рентабельності діяльності до 12,6%. Капітал підприємства також зазнав позитивних змін: власний капітал зріс на 10,8%, а залучений на 12,5%. Це свідчить про зміцнення фінансової бази підприємства та можливість залучення інвестиційних ресурсів. Зросла й ефективність використання ресурсів: показник фондовіддачі збільшився на 4%, оборотність оборотних активів покращилась. Продуктивність праці підвищилась на 7,1% при зростанні чисельності працівників на 5%, що свідчить про ефективну кадрову політику та раціональне використання трудових ресурсів. Таким чином, за підсумками аналізу можна зробити висновок про зміцнення фінансово-економічного стану підприємства, ефективне управління ресурсами та наявність потенціалу для подальшого зростання. Для оцінки ефективності дистрибуційної системи підприємства було проаналізовано динаміку поставок основних видів продукції ТОВ «Adler Agro Vision» за 2022–2024 рр. (табл. 2.4).

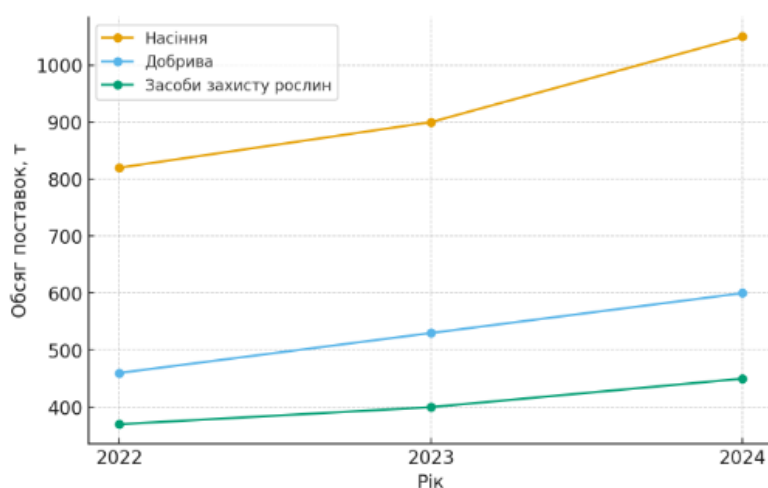
Таблиця 2.4

**Обсяги поставок продукції ТОВ «Adler Agro Vision» за 2022–2024**

Рік	Насіння (т)	Добрива (т)	Засоби захисту рослин (т)	Всього, т	Темп зростання, %
2022	820	460	370	1650	–
2023	910	530	410	1850	112,1
2024	1040	590	450	2080	112,4

Джерело: власні розрахунки за [42].

На основі даних таблиці побудовано графік динаміки поставок (рис. 2.3). На рис. 2.3 показано стабільне зростання обсягів дистрибуції основних груп.

**Рис. 2.3 – Динаміка поставок ТОВ «Adler Agro Vision»**

Джерело: власні розрахунки за даними підприємства [42].

Аналіз динаміки поставок свідчить про стабільну тенденцію до зростання обсягів дистрибуції у 2022–2024 рр. Загальний обсяг поставок зріс із 1650 т у 2022 році до 2080 т у 2024 році, що становить приріст на 26%. Найбільш інтенсивно зростали поставки насіння, що демонструє стратегічну орієнтацію підприємства на розширення асортименту високоякісного посівного матеріалу. Позитивна динаміка поставок добрив і засобів захисту рослин також свідчить про зміцнення позицій компанії на ринку агрохімічних продуктів. Таке зростання забезпечене вдосконаленням системи управління дистрибуційними процесами, налагодженням партнерських зв'язків із агровиробниками та ефективною логістичною підтримкою.

## 2.2 Оцінка стану та структурування проблем управління дистрибуцією

Підприємство оснащене сучасною сільськогосподарською технікою, обладнанням для зберігання і переробки продукції, а також транспортними засобами для логістики. Матеріально-технічна база забезпечує виконання основних виробничих процесів на належному рівні. Проте, частина обладнання потребує оновлення або модернізації через природне зношення, що впливає на продуктивність і собівартість продукції. Сучасна система управління дистрибуцією на підприємстві спрямована на реалізацію основних завдань, зокрема організацію товарообороту, створення оптимальних каналів збуту та налагодження співпраці з партнерами. Проте аналіз виявив низку проблемних аспектів, які негативно впливають на ефективність розподільчої діяльності.

Серед основних викликів у сфері управління дистрибуцією варто зазначити [16, с. 9-11]:

1. Обмежена гнучкість збутових каналів. Суттєва частина потоків орієнтована лише на вузьке коло партнерів, що створює залежність підприємства від конкретних ринкових сегментів.

2. Нерівномірний розподіл логістичних ресурсів. У певні періоди виникають перевантаження складів і транспортних ланок, що стає причиною затримок у постачанні.

3. Низький рівень впровадження цифрових технологій. Управління дистрибуцією базується переважно на традиційних методах, тоді як сучасні інструменти (CRM-системи, ERP-рішення, аналітика великих даних) використовуються недостатньо активно.

4. Високі витрати на логістичні операції. Значна частка витрат пов'язана з процесами транспортування та зберігання продукції, що впливає на рівень рентабельності.

5. Недосконалий зв'язок із кінцевими споживачами. Відсутність механізмів для отримання системного зворотного зв'язку ускладнює оперативну адаптацію до змін попиту та уподобань клієнтів.

Проблеми поділяються на такі напрями:

- організаційні (обмежена гнучкість збутових каналів, нерівномірне навантаження логістики).
- технологічні (недостатнє використання сучасних інформаційних систем).
- економічні (висока собівартість логістичних процесів).
- комунікаційні (відсутність належної взаємодії зі споживачами) [17, с.13-14].



**Рис. 2.2 Проблеми дистрибуції**

Джерело: сформовано на основі [29].

### 2.3. Особливості розвитку репутаційного потенціалу

Репутаційний потенціал формується поступово впродовж тривалого періоду, будучи результатом багаторічної діяльності підприємства. Це поняття охоплює не лише фінансові здобутки, але й враховує соціальні, етичні та екологічні аспекти бізнесу, що відображаються у його загальній стратегії. Репутаційний потенціал є багатогранним утворенням, що складається з таких компонентів як ринкового іміджу підприємства, довіри клієнтів, партнерів та широкої громадськості, якості продукції або послуг, корпоративної культури і рівня соціальної відповідальності. Репутаційний потенціал підприємства в сучасних умовах агробізнесу виступає одним із ключових нематеріальних активів, що безпосередньо впливає на рівень конкурентоспроможності, довіру партнерів та споживачів, а також на ефективність дистрибуційних процесів.

Таблиця 2.5

**Аналіз структури трудового персоналу підприємства**

Показники	Роки			2022 р. до 2024 р., %
	2022	2023	2024	
Чисельність, всього	100	105	110	110,0%
з них: - всього				
- робітники	68	70	75	110,3%
- керівники	10	11	11	110,0%
- спеціалісти	18	20	20	111,1%
Працівники неосновної діяльності	4	4	4	100,0%

Джерело: розроблено на основі [42].

У період від 2022 до 2024 року кількість співробітників підприємства поступово збільшувалася, що вказує на стабільне зростання виробничої активності. Загальна кількість персоналу зросла на 10% від 100 осіб у 2022 році до 110 осіб у 2024 році. Найбільша частина персоналу постійно була представлена робітниками їхня кількість зросла з 68 до 75 осіб (на 10,3%). Це свідчить про розширення виробничих процесів і зростання потреби у працівниках, які виконують основні операції. Керівний персонал незначно збільшився з 10 до 11 осіб, що зумовлено, ймовірно, запровадженням нових управлінських функцій у зв'язку з розширенням діяльності. Кількість спеціалістів зросла з 18 до 20 осіб (на 11,1%), що вказує на посилення інженерно-технічного та аналітичного потенціалу підприємства.

**Висновок до розділу 2**

У другому розділі проведено аналіз сучасного стану управління дистрибуційними бізнес-процесами на підприємстві Adler Agro Vision. Розглянуто організаційно-економічну характеристику компанії, що дозволила виявити її сильні сторони, такі як ефективна логістична інфраструктура, налагоджені канали збуту та висока якість продукції, а також визначити ключові проблеми у сфері управління дистрибуцією. За результатами оцінки стану дистрибуційних процесів встановлено, що основними напрямками для вдосконалення є підвищення рівня цифровізації логістики.

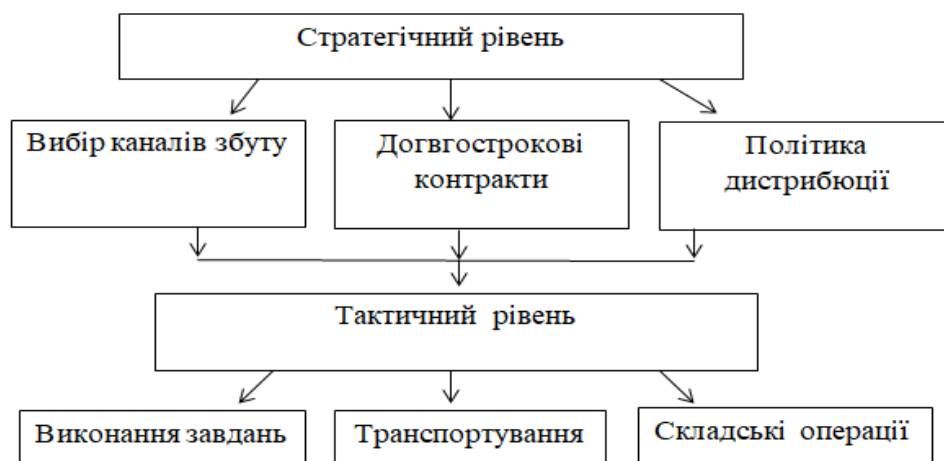
## РОЗДІЛ 3

### ФОРМУВАННЯ СИСТЕМОГО УПРАВЛІННЯ ДИСТРИБУЦІЄЮ В УМОВАХ «ADLER AGRO VISION»

#### 3.1 Розробка моделі системи управління дистрибуційними бізнес-процесами

Ефективна організація дистрибуції продукції аграрного підприємства є вагомим фактором, що впливає на його конкурентоспроможність. Для «Adler Agro Vision», яке займається виробництвом та продажем сільськогосподарської продукції, важливо запровадити систематичний підхід до керування дистрибуційними процесами. Запропонована модель управління дистрибуцією включає визначення стратегічних цілей, забезпечення своєчасної доставки продукції в торгові мережі та до кінцевого споживача, оптимізація логістичних витрат, підтримка високого рівня сервісу та формування лояльності клієнтів, розширення сфери діяльності та ринків збуту.

Використання сучасних інформаційних технологій та орієнтація на потреби клієнтів сприяють оптимальному використанню, вдосконаленню логістичних процесів і значному зміцненню позицій компанії на ринку (рис.3.1).



**Рис. 3.1** Модель системного управління дистрибуцією для «Adler Agro Vision»

Джерело: розроблено автором.

Інформаційні потоки поділяються на вхідні, де замовлення клієнтів, прогнози попиту, дані про урожайність. Внутрішні це є рух товару між складами, маршрути транспорту, звітність, а вихідні, де виконані замовлення, фінансові та управлінські звіти, маркетингова інформація для партнерів.

Таблиця 3.1

### Модель системи управління дистрибуційними бізнес-процесами

Компонент	Зміст
Мета системи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Забезпечення ефективного та безперервного постачання аграрної продукції від виробника до кінцевого споживача.</li> <li>• Оптимізація витрат на постачання та зберігання.</li> <li>• Підвищення якості обслуговування клієнтів і розширення ринків збуту.</li> </ul>
Основні функції	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Планування – прогнозування попиту, планування закупівель і продажів, управління запасами.</li> <li>2. Організація – побудова дистрибуційної мережі, визначення складів і транспортних маршрутів, координація партнерів.</li> <li>3. Контроль – моніторинг виконання замовлень, контроль термінів доставки та якості продукції.</li> <li>4. Регулювання – оперативне коригування планів залежно від сезонності та ринкових умов.</li> </ol>
Підсистеми управління	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Логістична – управління транспортом і маршрутами.</li> <li>• Складська – приймання, зберігання, відвантаження продукції.</li> <li>• Інформаційно-аналітична – ERP/WMS-системи.</li> <li>• Фінансова – планування витрат, розрахунок прибутковості.</li> </ul>
Інструменти управління	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ERP-система (інтеграція закупівель, продажів і логістики).</li> <li>• CRM (робота з клієнтами та дилерами).</li> <li>• KPI: рівень сервісу, обіговість запасів, витрати на 1 грн реалізації.</li> </ul>
Інформаційні потоки	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Вхідні – замовлення клієнтів, прогнози попиту, дані про урожайність.</li> <li>• Вихідні – виконані замовлення, фінансові та управлінські звіти, маркетингова інформація.</li> </ul>
Організаційна структура	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стратегічний рівень – керівництво компанії.</li> <li>• Тактичний рівень – менеджери з логістики, маркетингу, фінансів.</li> <li>• Операційний рівень – працівники складів, диспетчери, водії, торгові представники.</li> </ul>
Очікувані результати	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Скорочення логістичних витрат.</li> <li>• Підвищення рівня сервісу та задоволеності клієнтів.</li> <li>• Ефективне управління сезонними коливаннями попиту.</li> <li>• Зміцнення конкурентних позицій компанії.</li> </ul>

Джерело: розроблено автором.

Система управління дистрибуційними бізнес-процесами ТОВ «Adler Agro Vision» побудована на інтегрованому підході, що передбачає взаємодію ключових функціональних підсистем підприємства, зокрема логістики, складування, фінансів та маркетингових стратегій, що дозволяє забезпечити синхронізацію процесів постачання, а її впровадження сприяє раціоналізації витрат на транспортування, зберігання та облік товарних запасів, що дозволяє підприємству оптимізувати бюджет і підвищити фінансову ефективність діяльності.

### **3.2 Інноваційна активізація ресурсного забезпечення управління дистрибуцією з використанням агросервісних платформ**

Інноваційна активація орієнтована на впровадження цифрових рішень і сервісів, які сприяють ефективнішому використанню матеріальних, фінансових, інформаційних та трудових ресурсів у процесі управління дистрибуцією агропродукції. Центральним елементом цієї практики стають агросервісні платформи інтегровані онлайн-системи, що оптимізують взаємодію між виробниками, дистриб'юторами, постачальниками, логістичними операторами та споживачами. Відповідальність за інноваційно-інвестиційну діяльність покладена на відділ розвитку та інвестицій або на посаду менеджера з інновацій та інвестицій. Основні функції включають аналіз ринку інвестицій, підготовку бізнес-планів, співпрацю з фінансовими установами та моніторинг результатів інноваційної діяльності.

За звітний період на підприємстві впроваджено такі нововведення: технологічні, тобто модернізація виробничого обладнання, автоматизація окремих етапів технологічного процесу, продуктивні з розробкою нових видів сільськогосподарської продукції з покращеними характеристиками, організаційні впровадження систем управління якістю та оптимізація логістики, маркетингові розширення каналів збуту через використання електронних платформ. Випущена продукція підприємства відповідає критеріям

інноваційної продукції, оскільки містить нові або значно покращені властивості, що підвищують її якість і конкурентоспроможність на ринку.. Інноваційні проекти, реалізовані на підприємстві, сприяли підвищенню продуктивності, зниженню виробничих витрат та покращенню якості продукції. Показники рентабельності та оборотності капіталу покращилися, що свідчить про ефективне використання інвестицій в інновації. Розробка інноваційної стратегії є доцільною для систематизації підходів до інноваційної діяльності, визначення пріоритетів та ефективного використання ресурсів.

Таблиця 3.3

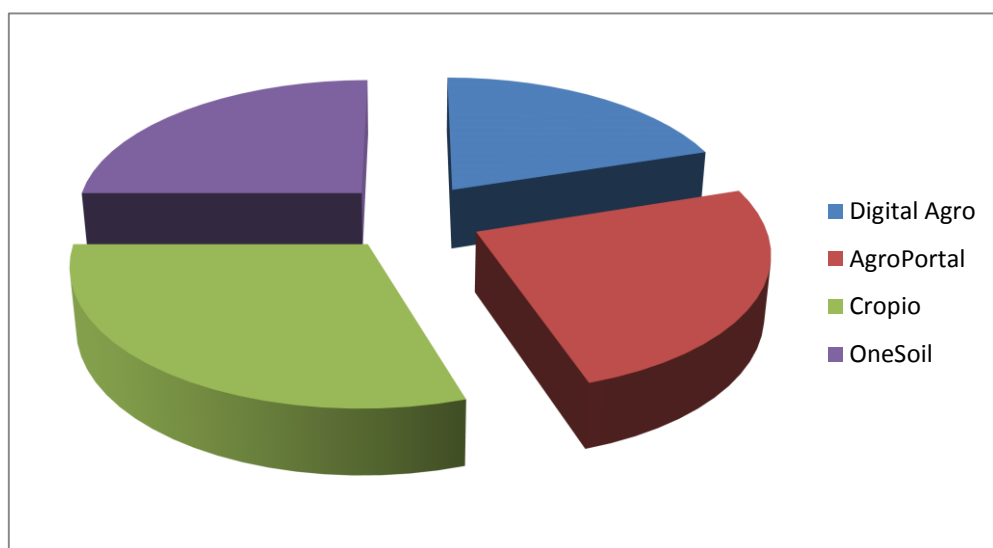
**Перелік агросервісних платформ для вибору комбінованої моделі управління дистрибуцією «ADLER AGRO VISION»**

Назва платформи	Призначення	Основні можливості
Climate FieldView (Bayer)	Цифрова агроплатформа для управління даними	Збір і аналіз даних із полів, прогнозування врожайності, моніторинг стану культур.
John Deere Operations Center	Управління технікою та ресурсами	GPS-контроль техніки, планування роботи, інтеграція з агрономічними даними.
Cropio	Платформа для дистанційного моніторингу полів	Супутниковий моніторинг, управління агропроцесами, аналітика врожайності.
OneSoil	Цифрове землеробство для фермерів	Карти врожайності, сівозміна, диференційоване внесення добрив.
FarmLogs	Управління виробництвом	Планування посівів, облік витрат, фінансові звіти.
AgroPortal (Україна)	Інформаційно-аналітична агроплатформа	Ринкові дані, моніторинг цін, новини агробізнесу.
Digital Agro (Україна)	Управління виробничими процесами	Управління земельним банком, планування польових робіт, облік ресурсів.
SAP Rural Sourcing Management	Управління ланцюгами постачання	Прозора інтеграція фермерів у ринкові канали, мобільні додатки для комунікації.
AgriChain	Дистрибуція та логістика	Управління ланцюгами постачання зерна, смарт-контракти, фінансові розрахунки.

Джерело: [37].

Для «Adler agro vision» доцільно використовувати комбінацію платформ Digital Agro + AgroPortal, як базу для управління ресурсами та прийняття

стратегічних рішень по збуту (рис. 3.2). Рекомендується використовувати Storіo для моніторингу врожаю та оптимізації логістичних процесів, а OneSoil як інструмент для підвищення точності агротехнологій.



**Рис. 3.2 Рекомендований розподіл використання агросервісних платформ для ТОВ «Adler agro vision».**

Джерело: власні дослідження.

Ці рішення мають такі переваги як доступність і адаптованість до специфічних умов України; орієнтацію виключно на аграрний сектор, без акценту на загальні бізнес-рішення; забезпечення комплексного підходу, що охоплює всі етапи, наприклад виробництво, прогнозування, планування, дистрибуцію і продаж.

Як бачимо, Storіo приблизно 35–40 %, тобто рекомендовано застосовувати як ключову платформу для моніторингу стану полів, ведення агроданних, аналізу продуктивності врожаю та планування сівозмін. Високий показник частки свідчить про те, що цей сервіс пропонує найповніший функціонал для цифрового управління агропідприємством. AgroPortal приблизно 30%, рекомендовано для комунікації, отримання актуальних аграрних новин, ринкової аналітики й підтримки бізнес-рішень. Платформа забезпечує оперативний доступ до актуальної інформації, необхідної для швидкого прийняття управлінських рішень. OneSoil 20% рекомендується для

поліпшення картографії посівів, точного вимірювання вологості ґрунту та аналізу стану культур, сервіс допомагає точніше планувати агротехнічні заходи та ефективно використовувати ресурси. Digital Agro має 10–15%, що краще інтегрувати для фінансового та адміністративного обліку, а також автоматизації управлінських процесів, хоча платформа менш затребувана в оперативному виробництві, вона важлива з погляду внутрішньої організації компанії. Тому ТОВ «Adler Agro Vision» варто зосередити основні ресурси на використанні Cropio для управління польовими даними, AgroPortal для аналітики й комунікації, OneSoil для високоточних агротехнічних рішень і Digital Agro для внутрішньої автоматизації. Такий розподіл сприяє ефективному управлінню підприємством і раціональному використанню ресурсів.

### **Висновки до розділу 3**

У третьому розділі розроблено модель системи управління дистрибуційними бізнес-процесами ТОВ «Adler Agro Vision», яка інтегрує ключові функції логістики, складування, фінансів та маркетингу. Запропонована модель передбачає чітку взаємодію між підсистемами підприємства, що дозволяє оптимізувати витрати, скоротити час доставки продукції та підвищити якість обслуговування клієнтів. Крім того, здійснено аналіз і впровадження інноваційних рішень для активізації ресурсного забезпечення управління дистрибуцією за допомогою агросервісних платформ. Використання цифрових технологій та платформеного підходу дозволяє підприємству оперативно адаптуватися до сезонних коливань і ринкових змін, прогнозувати попит та управляти запасами, що підвищує гнучкість і ефективність бізнес-процесів.

## ВИСНОВКИ

Позиціонування функцій, методів та інструментів управління дистрибуцією в агробізнесі визначається високою чутливістю аграрної продукції до часових, логістичних і технологічних параметрів, а також залежністю від сезонності, просторової неоднорідності ринків та інституційних обмежень. Обґрунтовано, що ефективна система управління дистрибуцією потребує синергійного застосування стратегічних, процесних та цифрових інструментів, що забезпечують оптимізацію потоків продукції та створення доданої вартості в агроланцюгах.

Управління формуванням бізнес-процесів дистрибуції ґрунтується на інтеграції концепцій логістичного менеджменту, процесного підходу, маркетингової взаємодії та системного управління ланцюгами постачання. Доведено, що сучасні наукові моделі дистрибуції орієнтуються на цифровізацію, клієнтоцентричність та гнучку адаптацію бізнес-процесів до змін ринкових умов, що забезпечує їхню високу результативність і стійкість.

Сучасний стан управління дистрибуційними бізнес-процесами підприємства характеризується неоднорідністю рівня організаційної зрілості, фрагментарністю цифрової інтеграції та недостатньою узгодженістю операційних процедур. Ідентифіковано ключові дисфункції, пов'язані з обмеженістю інформаційної взаємодії, несистемністю логістичних рішень і низькою адаптивністю дистрибуційної інфраструктури до коливань попиту.

Структурування проблем показало, що вони охоплюють організаційно-технологічний, інформаційно-аналітичний, ресурсний та комунікаційно-логістичний блоки. Встановлено, що першочерговими є проблеми відсутності інтегрованого управлінського контуру дистрибуції, недостатнього рівня цифрового моніторингу бізнес-процесів, дисбалансу ресурсного забезпечення та обмеженої взаємодії з контрагентами. Така систематизація створює основу для формування комплексної моделі удосконалення дистрибуції.

Встановлено, що розвиток репутаційного потенціалу підприємства в умовах дистрибуції зумовлюється якістю логістичного сервісу, прозорістю операційних процесів, ефективністю комунікацій із партнерами та здатністю підприємства забезпечувати стабільність поставок. Доведено, що репутаційний капітал виступає нематеріальним ресурсом, який підсилює конкурентоспроможність і сприяє формуванню довгострокових партнерських відносин у дистрибуційних мережах.

Запропоновано модель системи управління дистрибуційними бізнес-процесами, що базується на принципах процесності, цифрової інтегрованості, ресурсної збалансованості та стратегічної адаптивності. Модель забезпечує узгодженість логістичних, маркетингових та інформаційних потоків, створюючи умови для оптимізації витрат, скорочення логістичних ризиків і підвищення ефективності руху продукції до кінцевого споживача.

Обґрунтовано, що інноваційна активізація ресурсного забезпечення управління дистрибуцією є ключовим фактором підвищення функціональної ефективності підприємства. Використання агросервісних платформ дає можливість підвищити точність планування, забезпечити інформаційну прозорість, автоматизувати операційні процеси та інтегрувати учасників агроланцюга в єдину цифрову екосистему. Це сприяє оптимізації ресурсного використання, зменшенню транзакційних витрат і формуванню стійких конкурентних переваг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрушків Б. М. Економіка підприємства: теорія і практика господарювання. Тернопіль: *Економічна думка*, 2020. 412 с.
2. Балабанова Л. В. Маркетинг: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 472 с.
3. Балабанова Л. В., Холод В. В. Управління збутовою діяльністю підприємства: монографія. Донецьк: ДонНУ, 2019. 398 с.
4. Біловодська О. А., Сигида Л. О. Управління маркетинговими каналами промислових підприємств на інноваційних засадах: монографія. Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 233 с.
5. Білан О. М., Ткаченко Н. П. Цифрові платформи та ERP-системи в агробізнесі. Одеса: Астропринт, 2021. 144 с.
6. Бойчук І. В., Дмитрів А. Я. Маркетинг промислового підприємства: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 360 с.
7. Бутинець Ф. Ф. Економіка підприємства: навч. посібник. Житомир: Рута, 2020. 456 с.
8. Волошин С. М. Маркетингові стратегії збуту продукції аграрного підприємства. Львів: Видавництво ЛНУ, 2020. 196 с.
9. Волощук К. В. Маркетингові аспекти дистрибуційної політики підприємств агросфери. *Економіка АПК*. 2021. № 9. С. 45–52.
10. Виробничий менеджмент: підручник ред. М. П. Бутко. Чернігів: Нац. технолог. ун-т, Київ: Центр учбової літератури, 2019, 422 с.
11. Гаврилюк О. І. Управління дистрибуцією в агробізнесі. Київ: КНЕУ, 2020.
12. Гончарук О. О. Управління ланцюгами постачання в аграрному секторі. Харків: ХНУ, 2021. 224 с.
13. Гайсин Р. А., Голубєв А. О. Інноваційні механізми підвищення ефективності дистрибуції аграрної продукції. *Бізнес Інформ*. 2022. № 2. С. 63.
14. Гончаров С. М. Логістика: підручник. Харків: ХНЕУ, 2021. 510 с.

15. Герзанич В. М., Дуран В. І., Форкош М. О. Маркетинговий підхід до стратегічного управління збутом підприємств. Формування ринкових відносин в Україні. 2021.
16. Даниленко В. В. Характеристика і перспективи заснування логістичних центрів сільськогосподарської продукції в Україні . *Молодий вчений*, 2020. № 2(2). С. 330–334.
17. Державна служба статистики України. Сільське господарство України: статистичний збірник 2023. Київ: ДССУ, 2023.
18. Дейнека О. Г., Волобуєв В. В., Канна Л. Удосконалення логістичного менеджменту в умовах економічних перетворень. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 33. С. 166–170.
19. Зеленко О. М. Методика аналізу управління заготівельною діяльністю сільськогосподарських підприємств на основі логістичного підходу. *Економічний форум*. 2019. № 2. С. 152–159.
20. Крикавський Є. В. Логістика та управління ланцюгами поставок. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2019. 520 с.
21. Ковальчук І. М. Логістика та дистрибуція в агробізнесі. Київ: Логос, 2019.
22. Корінець Р. В., Левківська Л. І. Логістичне забезпечення конкурентоспроможності агропромислових підприємств. Київ: НАУ, 2021. 340
23. Кривов'язюк І. В. Організаційно-економічні засади управління збутовою діяльністю аграрних підприємств. Луцьк: ЛНТУ, 2018. 256 с.
24. Лагутін В. І. Логістика і управління дистрибуційними процесами в агробізнесі: монографія. Київ: КНЕУ, 2017. 312 с.
25. Ларіна Я. С. Завальнюк К. С. Маркетингові стратегії зростання аграрних формувань: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 275 с.
26. Тернавський В. Інноваційна активізація ресурсного забезпечення управління дистрибуцією з використанням агросервісних платформ. *Зб. праць учасників IV Міжнар. наук.-практ.конференції «Інноваційний вектор розвитку обліку, фінансів, аналізу й аудиту в Україні та світі» (6-7 листоп. 2025 р.)*. Житомир. Поліський національний університет. 2025. С. 320-325.

DOI: <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.30735509>.

27. Тернавський В. Маркетингові аспекти управління дистрибуцією в агробізнесі. *Збір. матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів, студентів «Менеджмент, маркетинг, логістика: тренди та подолання викликів» (м. Житомир, 12 листопада 2025 року)*. Житомир: Вид-во «Поліський національний університет». 2025. С. 296-299.
28. Тернавський В. Управління формуванням бізнес-процесів дистрибуції в аграрному секторі економіки. *Зб. наук. праць Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку»*. Переяслав. 2025. Вип. 112. С. 22-27.
29. Ушакова Н. М. Цифровізація логістичних і дистрибуційних процесів у сільському господарстві. *Бізнес Інформ*. 2021. № 2. С. 67–73.
30. Ніценко В. С., Пуцинтейло П. Р. Економічна ефективність аграрного виробництва: теорія, методологія, практика. Одеса: ОНЕУ, 2020. 365 с.
31. Паламарчук В. П. Ефективне управління дистрибуцією та логістикою сільськогосподарської продукції. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 208 с.
32. Пономаренко В. С., Тридід О. М. Стратегічне управління підприємством. Харків: ХНЕУ, 2018. 448 с.
33. Руда Л. В., Сокол Л. О. Управління бізнес-процесами збуту в аграрній сфері // *Вісник аграрної науки*. 2021. № 5. С. 89–97.
34. Стельмащук А. М., Сунакбаєв Ш. К. Розвиток інфраструктури аграрного ринку: дистрибуційний аспект. Харків: ХНТУСГ, 2018. 228 с.
35. Табенко О. В., Томілін О. І. Логістичні системи розподілу в агробізнесі. Дніпро: НГУ, 2022. 198 с.
36. Степаненко Л. В. Інноваційні платформи в управлінні агробізнесом. Київ: НУБіП, 2022. 160 с.
37. Скібіцький О. М. Маркетинг і логістика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 392 с.
38. Закон України «Про сільське господарство» від 18.06.2004 № 1809-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення 29.11.2025)

39. Державна служба статистики України. Аграрна статистика URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 29.11.2025)
40. Міністерство аграрної політики та продовольства України. Офіційний сайт URL: <https://minagro.gov.ua> (дата звернення 29.11.2025)
41. Офіційний сайт компанії Adler Agro Vision URL: <https://adleragrovision.com> (дата звернення: 29.11.2025)
42. ТОВ «Adler Agro Vision» URL: <https://www.google.com/search?q=Adler+Agro+Vision> (дата звернення 29.11.2025)

## ДОДАТОК А

ADLER

Про нас ▾ Продукція ▾ Техніка ▾ Запчастини ▾ Послуги ▾ Тендери ▾ Агроінфо ▾ Контакти

10007, м. Житомир, вул. Авіаторів, 11

## Насіння

Широкий вибір насіння

Каталог

Використовуючи наш сайт, Ви погоджуєтесь на використання файлів Cookies

<https://adler.com.ua/nasinnia/>

Прийняти

ADLER

Про нас ▾ Продукція ▾ Техніка ▾ Запчастини ▾ Послуги ▾ Тендери ▾ Агроінфо ▾ Контакти

Головна / Засоби захисту рослин

Засоби захисту рослин

- Мінеральні добрива
- Мікродобрива
- Насіння соняшнику
- Насіння кукурудзи

Продукція

ЗЗР

Техніка

Насіння

Добрива

БПЛА

Запчастини

Сервіс

Фінансова звітність – Adler Ag X +

adler.com.ua/finansova-zvitnist/

ADLER Про нас ▾ Продукція ▾ Техніка ▾ Запчастини ▾ Послуги ▾ Тендери ▾ Агроінфо ▾ Контакти

Головна / **Фінансова звітність**

Фінансова звітність  
Загальна інформація  
**Назва:** ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО «АДЛЕР»  
**ЄДРПОУ:** 35954742  
**Скорочена назва:** ПП "Адлер"  
**Організаційно-правова форма:** ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО  
**Дані про початок діяльності:** 04.06.2008; 1305102000006634  
Основний напрямок діяльності: 46.75 Оптова торгівля хімічними продуктами  
**Додаткові напрямки діяльності:**  
01.61 Допоміжна діяльність у рослинництві  
26.51 Виробництво інструментів і обладнання для вимірювання, дослідження та навігації  
45.31 Оптова торгівля деталями та приладами для автотранспортних засобів  
46.21 Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин  
46.36 Оптова торгівля цукром, шоколадом і кондитерськими виробами  
46.61 Оптова торгівля сільськогосподарськими машинами й устаткуванням  
46.69 Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням  
46.90 Неспеціалізована оптова торгівля  
49.41 Вантажний автомобільний транспорт  
52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту  
77.11 Надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів  
33.12 Ремонт і технічне обслуговування машин і устаткування промислового призначення  
82.30. Організування конгресів і торговельних виставок  
77.31 Надання в оренду сільськогосподарських машин і устаткування  
46.73 Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням

Використовуючи наш сайт, Ви погоджуєтесь на використання файлів Cookies **Прийняти**

ADLER Про нас ▾ Продукція ▾ Техніка ▾ Запчастини ▾ Послуги ▾ Тендери ▾ Агроінфо ▾ Контакти

Головна / **Фінансова звітність**

Фінансова звітність  
Загальна інформація  
**Назва:** ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО «АДЛЕР»  
**ЄДРПОУ:** 35954742  
**Скорочена назва:** ПП "Адлер"  
**Організаційно-правова форма:** ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО  
**Дані про початок діяльності:** 04.06.2008; 1305102000006634  
Основний напрямок діяльності: 46.75 Оптова торгівля хімічними продуктами  
**Додаткові напрямки діяльності:**  
01.61 Допоміжна діяльність у рослинництві  
26.51 Виробництво інструментів і обладнання для вимірювання, дослідження та навігації  
45.31 Оптова торгівля деталями та приладами для автотранспортних засобів  
46.21 Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин  
46.36 Оптова торгівля цукром, шоколадом і кондитерськими виробами  
46.61 Оптова торгівля сільськогосподарськими машинами й устаткуванням  
46.69 Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням  
46.90 Неспеціалізована оптова торгівля  
49.41 Вантажний автомобільний транспорт  
52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту  
77.11 Надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів  
33.12 Ремонт і технічне обслуговування машин і устаткування промислового призначення  
82.30. Організування конгресів і торговельних виставок  
77.31 Надання в оренду сільськогосподарських машин і устаткування  
46.73 Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням

Використовуючи наш сайт, Ви погоджуєтесь на використання файлів Cookies **Прийняти**