

УДК 338.443

ДОСВІД МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ВИСОКОТРУДОЄМКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Котко Я.М., здобувач

(Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка)

Забезпечення населення якісною та свіжою овочевою та ягідною продукцією є однією з головних проблем сучасного аграрного ринку України. На ринку аграрної продукції спостерігається тенденція до збільшення обсягів виробництва, переробки високо трудоемкої аграрної продукції. Маркетингова діяльність таких підприємств формується за необхідності забезпечення обсягів виробництва овочів та збереження багаторічних насаджень. Засади формування ринку такої продукції потребують якісного функціонування системи маркетингу, основною метою якого є дослідження ємкості споживчого ринку та формування потреби у товарній пропозиції [1].

Більшість аграрних підприємств основну увагу приділяють системі маркетингу, а саме вибору цільової аудиторії, збільшенню обсягів збуту продукції, методам товаропросування на зовнішні та внутрішні ринки. Поступово відбувається пошук нових споживачів, розширення існуючих позицій на ринку. Дослідження досвіду маркетингової діяльності аграрних підприємств було проведено на основі інструментів маркетинг-міксу Приватної агрофірми «ВАТАЛ» Краснокутського району Харківської області. Серед високотрудоемкої аграрної продукції спеціалізацією агрофірми є коренеплідні та бульбоплідні культури (овочеві, баштанні, картопля), м'ясо ВРХ, свиней, птиці, продукція бджільництва. ПА «ВАТАЛ» відоме виробництвом фруктів, ягід (яблук, суниць, малини). Так фруктові дерева займають площу 94,04 га (у 2016 році обсяги виробництва 8,3 тис. ц. Ягідні культури вирощують на 20,8 га (обсяги виробництва – 1,6 ц).

Управління маркетинговою діяльністю підприємства відбувається з використанням численних підходів до збуту продукції на основі стратегічного розвитку збутової політики, сегментного розширення і збільшення каналів збуту за межі Краснокутського, Коломацького районів до регіонів України.

Список літератури

1. Левкіна Р.В. Стратегії підвищення ефективності функціонування підприємств овочівництва в ринкових умовах /Р.В. Левкіна // Наук. Вісник ЛНУВМБТ ім. С.З. Гжицького. – 2014. – Т. 16. – № 1 (58). – Ч. 2. – С. 32-38.