

Міністерство освіти і науки України
Вища Школа Банкова, м. Познань (Польща)
Вінницький національний аграрний університет
Сумський національний аграрний університет
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Національна академія Національної гвардії України
Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва
Полтавська державна аграрна академія
Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та
інформаційних технологій
Кафедра маркетингу



МАТЕРІАЛИ
ХІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ПРОДУКТОВОГО РИНКУ»



22 квітня 2020 року
м. Полтава

УДК 631.1.027:338.439.5(477)
ББК 65.050.9(4УКР):65.9(4УКР)42

Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 22 квітня 2020 року). Полтава: ПДАА. 2020. 160 с.

У збірнику надруковані матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингове забезпечення продуктового ринку».

Відповідальність за зміст та редакцію наукових праць несуть їх автори. Матеріали можуть бути корисні для студентів, магістрантів, аспірантів та викладачів вищих навчальних закладів.

ЗМІСТ

<i>Duhar Viktoriia</i>	
PROMOTION STRATEGY OF THE MERCEDES-BENZ COMPANY.....	7
<i>Безкоровайна А.О.</i>	
ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СЛУЖБИ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
<i>Боровик Т.В.</i>	
ЛОГІСТИЧНІ ПРОБЛЕМИ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ.....	10
<i>Волкова Н.В.</i>	
ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ МОЛОКОПЕРЕРОБНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	13
<i>Воронько-Невіднича Т. В., Собчишин В. М.</i>	
ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	16
<i>Гарбузенко С.В.</i>	
РОЛЬ АГРОМАРКЕТИНГУ НА ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ.....	18
<i>Даниленко В.І.</i>	
РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В АГРОБІЗНЕСІ ПІД ЧАС КРИЗИ.....	20
<i>Данко А.І., Помаз Ю.В.</i>	
ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ.....	23
<i>Дикопавленко В.М.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	25
<i>Драб А.М.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ.....	27
<i>Дядик Т.В.</i>	
РИНОК ЗЕРНА УКРАЇНИ: СТАН ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ.....	30
<i>Захаров І.О.</i>	
МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ВПЛИВУ НА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	32
<i>Зінченко А.М.</i>	
РИНОК ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	34
<i>Калюжна Ю.П.</i>	
ЗБУТ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	36
<i>Крамаренко К.М.</i>	
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА: ІННОВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ.....	37
<i>Кучинська А.С.</i>	
ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	40
<i>Лищенко М.О., Устік Т.В.</i>	
СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ СУМЩИНИ.....	41

конференції «Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України». Київ, 2018. 79 с.

4. Сучасна аграрна політика України: Проблеми становлення / П.Т. Саблук, І.І. Лукінов, В.В. Юрчишин та ін. К., 1996. 663 с.

Зінченко А.М.,

ЗВО спеціальності Маркетинг, СВО Бакалавр,
Науковий керівник – **Дядик Т.В.**, к.е.н., доцент
*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

РИНОК ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Розвиток тваринництва є одним з найважливіших індикаторів стану продовольчої безпеки держави та функціонування агропромислового комплексу зокрема. Функціонування цієї галузі впливає на стан національної економіки через зв'язок з галузями, що забезпечують її ресурсами та тими, що забезпечують споживчий ринок. Дослідженню проблем функціонування м'ясо- та молокопродуктового підкомплексу, аналізу сучасного його стану і розвитку, обґрунтуванню шляхів подолання кризового стану присвячено ряд робіт вітчизняних науковців, проте питання їх подальшого розвитку завжди будуть актуальними, адже саме від їх функціонування залежить забезпечення населення основними, життєво необхідними продуктами харчування.

Одним з головних чинників, що на сучасному етапі зумовлює низьку ефективність, а часто і збитковість, вітчизняного тваринництва є високий рівень ресурсозатрат на її виробництво, порівняно з цінами, що пропонують виробнику. В умовах фінансової кризи в державі, низької платоспроможності населення нереально очікувати на те, що у найближчі роки закупівельні ціни на продукцію тваринництва будуть істотно підвищені. Тому сьогодні в Україні немає іншого шляху, окрім зміни пріоритетів у розвитку агропромислового виробництва у напрямі тваринництва [2].

Обсяги виробництва продукції тваринництва у 2019 р. порівняно з попереднім майже по всім видам зросли. На 2% скоротилось виробництво молока та на 4,5% – меду. Виробництво приросту великої рогатої худоби та свиней зросло відповідно на 13,6% та 1,9%, приросту свійської птиці – зменшилось на 3,7% (табл. 1).

Основними завданнями для тваринників були і залишаються: створення високопродуктивних спеціалізованих масивів тварин високого генетичного рівня, забезпечення збалансованої годівлі, застосування енерго- та ресурсоощадних технологій утримання тварин, систем кормовиробництва і кормовикористання; створення соціально-економічних умов, які б спонукали людину до високопродуктивної праці.

Таблиця 1

Обсяги та середні ціни продукції сільського господарства (продукції тваринництва), реалізованої підприємствами України, 2019 р.¹

Найменування продукції	Реалізовано		Середні ціни реалізації	
	тис. т	у % до 2018 р.	грн за т	у % до 2018 р.
Тварини сільськогосподарські живі	1023,9	101,4	32679,8	98,0
з них				
велика рогата худоба	174,0	113,6	29072,4	94,4
свині	428,5	101,9	37265,8	96,3
птиця свійська	415,8	96,3	29651,2	102,6
вівці	1,5	106,5	26895,3	95,7
кози	0,0	52,7	29001,5	60,6
коні	0,9	105,8	24455,9	84,6
Вовна овець і кіз	0,1	70,4	25027,3	107,2
Молоко від сільськогосподарських тварин усіх видів, сире	2550,6	98,0	8198,2	107,8
Яйця птиці свійської в шкаралупі свіжі, млн. шт..	8358,8	103,8	1206,1	75,4
Яйця для інкубації, млн. шт..	576,6	107,1	6338,6	100,6
Яйця курячі в шкаралупі свіжі, млн. шт..	8146,1	106,4	1210,7	75,1
Яйця курячі для інкубації, млн. шт..	573,8	107,3	6320,9	100,7
Мед натуральний, т	288,2	95,5	39596,2	86,5

¹ Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Джерело: розраховано за даними [1]

Проте, в сучасних умовах, звичайно ключові моменти забезпечення ефективного розвитку галузі залишаються в руках держави – забезпечення платоспроможного попиту, пільгове кредитування та оподаткування аграріїв, інвестиції в ресурсоощадні та екологічнобезпечні технології виробництва продукції тваринництва. Успіх у виробництві продукції тваринництва забезпечується комплексним і системним вирішенням проблем: кадрових, селекційних, кормових та технологічних. Йдеться про інтенсифікацію розвитку галузі шляхом істотного покращення породно-племінного складу стада, підвищення репродуктивної здатності тварин на основі цілеспрямованої селекційно-племінної роботи та повноцінної збалансованої годівлі, застосування прогресивних ресурсоощадних технологій виробництва, активного освоєння новітностей НТП, покращення зооветеринарного обслуговування, впровадження раціональної системи утримання тварин та птиці, системи стимулювання підвищення конкурентоспроможності виробництва.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 16.04.2020)

2. Дядик Т.В. Розвиток тваринництва на ресурсній базі Полтавської області. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми формування, розвитку і використання ресурсного потенціалу АПК»*. Полтава. ПДАА, 2017. С. 197-200.

Калюжна Ю.П.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу
*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ЗБУТ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У вузькому розумінні поняття «збут» вчені [1] часто визначають як продаж, реалізацію підприємствами виготовленої продукції або товарів з метою отримання грошової виручки, забезпечення надходження грошових коштів. В широкому розумінні поняття «збут» трактують [2] як ланцюг, що зв'язує підприємство-виробник зі споживачем через проміжні елементи: збутовиків, торгових посередників, ініціаторів покупки тощо.

У 2018 р. виробництво продукції рослинництва збільшилося на 33,0 %, у тому числі в підприємствах – на 42,2 %, у господарствах населення – на 16,7 %.

Усіма категоріями господарств області в 2018 р. вироблено 6341,8 тис.т культур зернових та зернобобових. У середньому з 1 га одержано культур зернових та зернобобових по 65,7 ц (у 2017 р. – по 45,1 ц) [3].

У 2018 р. обсяг виробництва продукції тваринництва зменшився на 2,1 %, у тому числі в підприємствах – на 4,2 %, у господарствах населення – збільшився на 0,9 %.

За 2018 р. у господарствах усіх категорій вироблено м'яса (у забійній масі) 68,8 тис.т, молока – 762,1 тис.т, яєць – 809,8 млн.шт, вовни – 35 т, меду – 3892 т [3].

За 2018 р. від усіх категорій сільськогосподарських товаровиробників надійшло на переробні підприємства 82,6 тис.т сільськогосподарських тварин (у живій масі). Середня жива вага однієї голови великої рогатої худоби, проданої переробним підприємствам, збільшилась до 376 кг у 2018 р., свиней – до 108 кг.

Отже, за даними Інфографічного довідника «Агробізнес України 2017/18» зазначено, що у 2018 р. виробництво молока склало 10,4 млн. т. При цьому, на експорт було відправлено: масло вершкове – 30 тис. т; сироватка молочна – 32 тис. т; молоко згущене та сухе – 47 тис. т; сири – 9 тис. т.; молоко та вершки – 14 тис. т [4].

Основними покупцями молочної продукції є: Китай, Туреччина, Марокко, Нідерланди, Казахстан, Молдова та Єгипет.

Так, експорт сироватки в натурі виріс на 38,4 % та у грошовому еквіваленті на 92,2 %. Основним покупцем залишається Китай. Основними покупцями сирів є Казахстан – 48 %, Молдова – 23,9 %, Єгипет – 11 %. А ось експорт мала