

**Лисенко А.В.,** аспірант 1-го курсу напряму підготовки 051 «Економіка»,

**к. е. н., доц. Бєлова Т. Г.**

Національний університет харчових технологій

## **МАРКЕТИНГОВІ МОЖЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ**

Будь-якому підприємству необхідно виборювати своє місце в конкурентній боротьбі за допомогою виявлення та застосування своїх потенціальних можливостей щодо повноцінного задоволення потреб споживачів для стабільного розвитку та отримання сталих прибутків.

Сільське господарство володіє сприятливими ґрунтово-кліматичними умовами для розвитку, проте не досягло високотехнологічного розвитку як в інших державах, за наявності цілого ряду чинників:

- \* відсутності державної стратегічної програми розвитку села та підтримки фермерства;

- \* відсутності досконалої нормативно-законодавчої бази та податкового кодексу;

- \* земельного кодексу та приватизації основного засобу виробництва;

- \* відкритості ринку для імпорту та не захищеності вітчизняного виробника (мито на імпортні продукти 11,2% проти 42,3% в Туреччині).

Крім цього, необхідно враховувати, що в експорті переважає сировина; у виробництві продуктів переважають агрохолдинги з великим банком землі та сильною матеріально-технічною базою; відчувається монопольний вплив у деяких сферах виробництва; малі фермерські господарства не в змозі конкурувати з агропромисловими холдингами за витратами та обсягами виробництва.

Аграрний маркетинг як комплексна ринкова діяльність являє собою систему поглядів та дій, пов'язаних з вивченням потреб, можливостей

виробництва та обміну з метою задоволення цих потреб з найменшим використанням ресурсів і найбільш повним споживчим ефектом.

Маркетинг у сільському господарстві базується на загальних положеннях. Проте вчені користуються такими назвами: «агромаркетинг», «сільськогосподарський маркетинг», «маркетинг агробізнесу», «маркетинг АПК», «продовольчий маркетинг» тощо.

Природні і економічні процеси в сільськогосподарській діяльності утворюють особливі умови для процесу організації маркетингу.

Сфера сільського господарства – це взаємопов'язаний ланцюг сукупності підприємств, які взаємодіють між собою в процесі виробництва, переробки та доставки до кінцевого споживача товарів, вироблених з агропромислової сировини.

Розглянемо маркетингові можливості ТОВ АПК «МАЇС».

ТОВ АПК «МАЇС» займає провідні позиції на ринку, перш за все, завдяки роботі команди висококласних професіоналів, їх відповідального підходу до загальної справи, постійного прагнення до вдосконалення і розвитку, впізнаного бренду на українському насінневому ринку та поважного ставлення до кожного клієнта.

Основними напрямками діяльності компанії «МАЇС» на сьогодні є насінництво, тваринництво, садівництво, переробка соків прямого віджиму, горіхівництво, бджолярство, а також виробництво зернових культур та надання рекомендацій щодо агротехніки та особливостей вирощування. Вся продукція сертифікована та запатентована, агрономи-консультанти, менеджери підтримують тісні зв'язки із сільгоспвиробниками щодо вирощування гібридів задля досягнення найвищої урожайності.

Серед українських підприємства компанія «МАЇС» є першою за кількістю зареєстрованих продуктів, за потенційними можливостями насінневих заводів та за кількістю реалізованого насіння гібридів кукурудзи серед приватних підприємств .

Компанія «МАЇС» бере участь у різноманітних міжнародних агрофорумах, що дозволяє їй продемонструвати переваги своїх гібридів сільгосптоваровиробникам України. У щорічному Національному рейтингу якості товарів та послуг 2017 року насіння кукурудзи, соняшнику, сої здобули високу оцінку на національному рівні. На I Національному конкурсі соків прямого віджиму в рамках XX Міжнародної виставки World Food Ukraine соки торгової марки «НАЙСІК» визнані переможцями та нагороджені дипломами.

Компанія «МАЇС» має великі маркетингові можливості щодо свого розвитку. Вона володіє впізнаваним брендом. Серед інших підприємства агропромислового комплексу вона визначила наукові дослідження для свого бізнесу пріоритетним напрямком. Концентрація досвідчених фахівців у сфері вирощування та доробки кукурудзи на насіння забезпечили лідируючі позиції за обсягами виробництва та рівнем якості власної продукції. Компанія має переваги у галузі селекції, які в перспективі можуть перетворитися на можливості та вивести компанію на новий рівень. Це все є векторами динамічного розвитку компанії.