

УДК 338.49

Ігор СТЕПАНЕЦЬ

аспірант

кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,

Національний університет біоресурсів і природокористування України

i.p.stepanets@gmail.com

Науковий керівник: Василь ЗБАРСЬКИЙ

д.е.н., професор

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ РОСЛИН В УКРАЇНІ

FEATURES OF THE USE OF MARKETING IN THE ACTIVITIES OF ENTERPRISES ON THE PLANT PROTECTION MARKET IN UKRAINE

Потенціал врожайності сільгоспкультур без використання засобів захисту рослин збільшити практично не можливо, тому ринок пестицидів невідомо зростає.

Це стосується і України, тому площі на яких використовують агрохімікати постійно зростають (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка використання засобів захисту рослин 2010-2021 роки.

Показники	2010 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2021 р.
Посівна площа сільськогосподарських культур, тис. Га	18139,7	17992,2	17889,1	17982,2	18424,8
Площа, на якій застосовувались засоби захисту рослин, тис. Га	12239,0	14005,3	13854,1	14321,1	15343,7
у % до загальної посівної площі	67,50	77,80	77,40	79,60	83,30
у тому числі пестициди	10836,3	12660,1	12469,1	13798,0	15054,4
у % до загальної площі, на якій застосовувались засоби захисту рослин	88,50	90,40	90,00	96,30	98,10

Джерело: [1]

Як бачимо постійну тенденцію збільшення усіх сільгосп угідь, так і постійне збільшення площ на яких використовують агрохімікати.

Ринок пестицидів України представлений широким спектром препаратів, можливо придбати як препарати світових брендів преміум якості так і їх копії, як правило, вироблені в Китаї. Тому кожен клієнт без зайвих зусиль знайде потрібні йому продукти які будуть відповідати бюджету його підприємства.

В (табл.2). наведений кількісний стан ринку засобів захисту рослин за їх типами.

Ринок диктує свої умови і на перший план виходять високорентабельні культури, такі як соняшник та кукурудза, вирощування яких приносить господарствам найбільший прибуток. Для якісного вирощування цих культур потрібно багато

більше пестицидів, ніж для вирощування пшениці або ячменю, тому це ще один із факторів, які свідчать що цей ринок буде тільки зростати.

Таблиця 2 – Кількісний склад ринку засобів захисту рослин України, 2021 р.*

Засоби захисту рослин і регулятори росту	Кількість	Середня ціна 1кг/літра, грн	У % до 2020 р.	Вартість, млн. грн
У тоннах				
Інсектициди	925,3	398,4	108,3	368,6
Фунгіциди	1779,5	404,8	110,0	720,3
Гербіциди	2467,9	658,4	145,5	1624,9
Регулятори росту	5570,4	48,5	39,4	270,2
Інші пестициди	1510,4	168,7	91,4	254,8
У літрах				
Інсектициди	5834,8	389,2	105,6	2270,9
Фунгіциди	12481,9	484,1	103,7	6042,5
Гербіциди	41155,8	262,0	102,1	10782,8
Регулятори росту	7909,9	153,6	114,5	1215,0
Інші пестициди	7544,6	224,8	100,3	1696,0
Загальна ємність ринку засобів захисту рослин і регуляторів росту рослин				25246,0

*Розрахунки виконано на матеріалах Державної служби статистики України [1]

Дистриб'ютор ТОВ «Ягідне», яке розглядається в роботі, займається реалізацією мінеральних добрив та пестицидів високої якості, як вітчизняних так і закордонних виробників. Підприємство засновано в 2012 році у Богуславському районі на Київщині. Майже 86% клієнтів ТОВ – це юридичні і фізичні особи району, звичайно, є продажі і в межах області.

Джерелом прибутку ТОВ, крім реалізації мінеральних добрив, є реалізація засобів захисту рослин.

Обсяги продажів засобів захисту рослин за останні три роки мають позитивну динаміку (рис. 1).

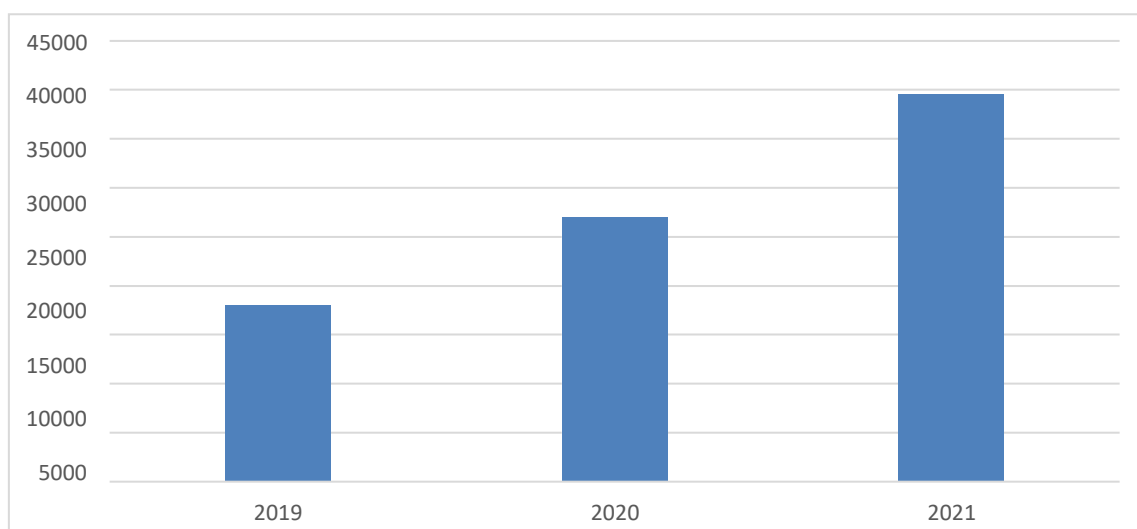


Рисунок 1 – Обсяги реалізації засобів захисту рослин ТОВ «Ягідне» у 2019-2021 роках (літрів)

Джерело: побудовано автором

Маркетологи ТОВ зрозуміли, для того, щоб вижити і успішно розвиватися в умовах конкуренції, фірма повинна стежити за всіма змінами на ринку. Одним з найважливіших етапів в даному випадку є застосування SWOT- аналізу.

Сильними сторонами ТОВ є досвід співробітників та стаж їх роботи, наявність сертифікованих складських приміщень, власний транспорт, партнерські відносини з товаровиробниками тощо. До можливостей можна віднести: розвиток реклами, залучення нових клієнтів, формування конкурентних переваг, розширення асортименту продукції, надання додаткових послуг клієнтам тощо.

Проте на підприємстві значна увага відведена визначенню загроз: появи в регіоні нових конкурентів, тиск з боку існуючих конкурентів, а також перехід постійних постачальників до прямих продажів.

Звичайно, визначення сильних та слабких сторін, а також виявлення можливостей та загроз для бізнесу допоможе в розробці маркетингової стратегії ТОВ.

Можна зробити висновок, що при якісній маркетинговій політиці на ринку, ТОВ може зайняти провідне місце серед дистриб'юторів Черкащини.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.10.23).
2. Сільське господарство Черкаської області за 2021 рік. Головне управління статистики у Черкаській області. Черкаси. 2022.
3. MARKETING-HELPING/COM.URL:<http://marketing-helping.com/konspekti-lekcz/21-konspekt-lekczj-qosnovi-marketinguq/406-vidi-konkurencz.html> (дата звернення: 15.10.23).