

ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА МАРКЕТИНГА ПЛОДОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ

Хахаева М. Э., студент
Научный руководитель – Кулиш Т. В., к.э.н.,
доцент каф. маркетинга
Таврический государственный агротехнологический
университет им. Д. Моторного
г. Мелитополь, Украина

Эффективная система маркетинга предусматривает умелое пользование маркетинговыми инструментами, а также имеет важное значение для всех видов плодоовощного бизнеса:

- плодоовощная продукция с добавленной стоимостью (сортировка, упаковка и полупереработки), может оказаться эффективным путем развития плодоовощного бизнеса, особенно при реализации такой продукции в супермаркеты;
- удлинение производственного сезона многих видов плодоовощной продукции, что будет способствовать созданию потенциала повышения общей прибыльности;
- введение культур, имеющих нишу, специфических культур: сладкая кукуруза, чеснок, специи и органическая продукция.

Таким образом, активные маркетинговые действия всеми средствами необходимо направить на привлечение новых потребителей, поощрения и расширения заинтересованных покупателей.

Список литературы:

1. Кулиш Т. В. Исследование макромаркетинговой среды при формировании стратегии развития предприятий / Т.В. Кулиш // «Приоритетные задачи и стратегии развития экономики, менеджмента и маркетинга»: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию академика Ж.Т. Сейфуллина 19 октября 2018 г. – Алматы: Алматинская академия экономики и статистик. – 2018. – с. 26–30.
2. Легеза Д. Г. Влияние маркетинговых факторов на конкурентоспособность предприятий Украины / Д. Г. Легеза // Вестник Киргизского национального ун-та им. Ж. Баоасагина. – 2015. – №6. – С. 115–127.