

## **ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ПЛОДОВООВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ**

**Скачков С. В.**, студент

Научный руководитель – Кулиш Т. В., к.э.н., доцент каф. маркетинга  
Таврический государственный агротехнический  
университет им. Д. Моторного  
г. Мелитополь, Украина

Большинство фермеров в полной мере овладели навыками выращивания хороших урожаев плодов и овощей, но зачастую не умеют выгодно продавать свою продукцию. Это возможно только за счет использования маркетинговых инструментов [2, с.115].

1. Овощи и фрукты являются товаром с высоким уровнем спроса, однако, быстро портятся. Важно иметь несколько постоянных покупателей, с которыми можно заранее договариваться о продаже.

2. Спрос на плодоовощную продукцию зависит от рыночной ситуации и качества продукции. Нужно тщательно подбирать сорта и представлять рынку продукции в соответствии с его потребностями.

3. Продукция плодоовощеводства характеризуется сезонностью. Лучше планировать производство так, чтобы реализовывать выращенное, когда закупочные цены растут.

Таким образом, одним из основных условий достижения успеха в области плодоовощеводства в современной рыночной среде является применение маркетинговой деятельности и ее элементов [1, с.231].

### **Список литературы**

1. Кулиш Т.В. Маркетинговые исследования как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий / Т.В. Кулиш// Материалы VII Междунар. научно-практ. конференции: «Наука и инновации – стратегические приоритеты развития экономики государства»; спец. выпуск «Экономика и менеджмент». – 2016. – С. 231–235.

2. Легеза Д. Г. Влияние маркетинговых факторов на конкурентоспособность предприятий Украины / Д. Г. Легеза. // Вестник Киргизского национального университета им. Ж. Баоасагина. – 2015. – №6. – С. 115–127.