

нові рішення. Автоматизоване управління складськими запасами, прогнозна аналітика, співпрацювання з місцевими постачальниками дозволяють мінімізувати ризики та зберегти стабільність бізнесу. Варто приділяти увагу розвитку власної кур'єрської служби, роботі з логістичними партнерами, які забезпечать стабільність поставок навіть у несприятливих для цього умовах [3].

Отже, успішність адаптації маркетингових стратегій збуту до умов кризи залежить від комплексного підходу – оптимізації ціноутворення, digital-трансформації, персоналізації комунікацій і вдосконалення логістичних процесів. Одну з основних ролей грає покращення взаємодії зі споживачами за використання програм лояльності, індивідуалізованої комунікації. Швидке застосування антикризових стратегій дає можливість компаніям не тільки зберегти рентабельність, а й посилити свої позиції серед конкурентів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Шуміло О.С., Євтушенко В.А., Чумак А.В. Роль маркетингу в антикризовому менеджменті за сучасних умов функціонування підприємств. *Бізнес Інформ*. 2021. № 11. С. 461–466.
2. Терещенко Д.А., Тітова Н.О. Маркетингові стратегії в антикризовому управлінні підприємством. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015.
3. Мельник Ю.М. Маркетингові стратегії антикризового управління: класифікаційні ознаки та умови їх застосування. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4. С. 105–110.

**Канд. екон. наук Олійник Т. І., Масник Є. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **ПРОСУВАННЯ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СВІТОВИЙ РИНОК**

Просування аграрної продукції на світовий ринок є важливим напрямом економічного розвитку, особливо для аграрних країн, таких як Україна. Сільське господарство забезпечує продовольчу безпеку, створює робочі місця та сприяє зростанню економіки. В умовах глобалізації ефективний експорт аграрної продукції підвищує конкурентоспроможність країни. Аграрна продукція відіграє ключову роль як для України, так і для світу. Олійні та зернові культури найбільше у світі експортує Україна, що робить її важливим гравцем у глобальному продовольчому забезпеченні. Світ дедалі більше залежить від стабільних поставок аграрної продукції, особливо у періоди криз.

Аграрна продукція є ключовою складовою експорту України. У 2024 році аграрна продукція становила 59% від загального експорту України, що підкреслює значну залежність економіки від сільського господарства. Загальний обсяг зовнішньої торгівлі агропродовольчою продукцією досяг 32,66 млрд дол. США, що на 11,5% більше порівняно з 2023 роком. При цьому експорт аграрної продукції зріс на 12,1%, досягнувши 24,84 млрд дол. США, тоді як імпорт збільшився на 9,7% і склав 7,82 млрд дол. США [1].

Основу українського аграрного експорту становлять кілька ключових товарних груп. Зокрема, експорт соняшникової олії склав близько 6 млн тонн на суму 5,1 млрд дол. США, що підтверджує статус України як одного з найбільших експортерів цього продукту у світі. Кукурудза також залишається важливим експортним товаром – у 2024 році її експорт зріс на 12,2%, досягнувши 29,6 млн тонн, що забезпечило зростання виручки на 2,3%. Експорт м'яса птиці склав 447 тис. тонн на суму 958 млн дол. США, що на 5,6% більше за обсягом та на 20% за виручкою порівняно з минулим роком. Окрім цього, експорт цукру склав 746,3 тис. тонн на суму 419 млн дол. США, що стало найвищим показником за останні 20 років [2]. Найбільшими ринками збуту української агропродукції залишаються країни Європейського Союзу, Азії та Близького Сходу. Завдяки розвитку української агропромисловості з'явилася можливість значного зростання експорту до ЄС, що дозволило Україні зайняти близько 10% європейського ринку насіння кукурудзи [3]. Глобальні тенденції у сфері сільського господарства також впливають на український агроекспорт. Світовий попит на екологічно чисті та органічні продукти зростає, відкриваючи нові можливості для українського агробізнесу. Однак поряд із цим залишаються серйозні виклики – наслідки війни, зростання логістичних витрат, вимоги міжнародних стандартів якості та зміни клімату. Ці фактори вимагають від українських аграріїв адаптації, впровадження сучасних технологій і активного пошуку нових ринків збуту. Загалом, для ефективного просування аграрної продукції використовують такі стратегії, які ефективно впливають на просування аграрної продукції, описані у табл. 1.

За прогнозами Міністерства аграрної політики України, у 2025 році врожай пшениці може зрости до 25 мільйонів тонн порівняно з 22 мільйонами тонн у 2024 році. Це зумовлено розширенням посівних площ до 5 мільйонів гектарів у 2025 році проти 4,6 мільйона гектарів у 2024 році.

Таблиця 1

**Стратегії просування аграрної продукції**

| Канал                                                  | Опис                                                                                  |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Заходи та виставки                                     | Залучення нових покупців і партнерів, укладання угод, демонстрація якості продукції   |
| Традиційна реклама (радіостанції, газети, телебачення) | Охоплення місцевої аудиторії, привернення уваги до продукції, підвищення довіри       |
| Цифровий маркетинг (веб-сайти, соціальні мережі)       | Зростання популярності бренду, привернення уваги клієнтів онлайн, підвищення продажів |

*Джерело: розроблено авторами на основі [4]*

Також, у 2025 році площі під кукурудзою збільшаться на 0,5 мільйона гектарів, тоді як площі під соєю зменшаться на таку ж величину через перенасичення ринку сої та зниження її цін. Площі під соняшником залишатимуться стабільними на рівні 5,5 мільйона гектарів [5]. Таким чином, можна констатувати, що Україна відіграє значну роль на світовому ринку аграрної продукції. Збільшення врожайності, розширення ринків та адаптація до глобальних трендів зміцнюють її позиції.

**Список використаних джерел:**

1. Експортні досягнення України та прогноз правил гри на ринку ЄС. Офіційний портал Верховної Ради України: веб-сайт. URL: <https://www.rada.gov.ua/print/258224.html>.
2. Торговельний прорив-2024: експорт зростає, але зарано відкорковувати шампанське. Уніан: веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/economics/other/torgivelnyi-proriv-2024-eksport-zrostaye-ale-zarano-vidkorkovuvati-shampanske-12885414.html>.
3. Ukrainian corn seed flows to Europe in further farm trade shift. Reuters: веб-сайт. URL: <https://www.reuters.com/markets/commodities/ukrainian-corn-seed-flows-europe-further-farm-trade-shift-2024-10-24/>.
4. Олійник Є.О., Перерва Б.К. Маркетингова стратегія в аграрному бізнесі: ефективні підходи до збуту сільськогосподарської продукції на аграрному ринку. *Бізнес Інформ*. 2024. №7. С. 265–271. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-7-265-271>.
5. Exclusive: Ukraine 2025 wheat crop seen rising on larger sowing area, minister says. Reuters: веб-сайт. URL: <https://www.reuters.com/markets/commodities/ukraine-2025-wheat-crop-seen-rising-larger-sowing-area-minister-says-2024-11-19/>.
6. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Перерва Б.К. Особливості формування конкурентних переваг підприємства в кризових умовах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 11. С. 22–30. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.11.22>.