

Міністерство освіти і науки України
Полтавська державна аграрна академія
Краківський сільськогосподарський університет (Польща)
Вінницький національний аграрний університет
Сумський національний аграрний університет



ПРОГРАМА

XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ «МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДУКТОВОГО РИНКУ»



16 квітня 2019 року
м. Полтава

УДК 631.1.027:338.439.5(477)

ББК 65.050.9(4УКР):65.9(4УКР)42

Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Програма XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 16 квітня 2019 року). – Полтава : ПДАА. – 2019. – 17 с.

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

ДОПОВІДІ:

1) **Писаренко В.В.** – д.е.н, професор, завідувач кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

**ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ТРЕНДІВ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА
МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДУКТОВОГО РИНКУ**

2) **Хурдей В.Д.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

НООМАРКЕТИНГ ПРОДУКТОВОГО РИНКУ

3) **Лагута Дмитро Олександрович**, здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг

Науковий керівник - **Писаренко В.В.**, д.е.н, професор, завідувач кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

**ЕФЕКТИВНІ ПРИЙОМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДОВОЛЬЧИХ
ТОВАРІВ В МЕРЕЖІ INTERNET**

4) **Магарламова Еліза Мовсумівна**, здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг

Науковий керівник - **Писаренко В.В.**, д.е.н, професор, завідувач кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

**ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ
СТРАТЕГІЇ NESTLE**

5) **Томенко Дмитро Володимирович**, здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Економіка підприємства, спеціальності 051 Економіка

Науковий керівник – **Даниленко В.І.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

**ВЕЛИКИЙ ОБМАН В СУПЕРМАРКЕТІ АБО СЕКРЕТНІ ТЕХНІКИ
МАРКЕТОЛОГІВ В МАГАЗИНАХ**

6) **Фастівець Павло Сергійович**, здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг

Науковий керівник – **Даниленко В.І.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

СТРАТЕГІЯ БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ

7) **Ярош Аліна**, здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Менеджмент

Науковий керівник – **Боровик Т.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ПЕРЕВЕЗЕННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ: ОСОБЛИВОСТІ ДОСТАВКИ ЗАМОРОЖЕНИХ ТОВАРІВ

8) **Ракчєєв Артем Романович**, здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг

Науковий керівник – **Даниленко В.І.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ В КОМПАНІЇ DISNEY

Секція 1.
ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ПРОДОВОЛЬЧОГО
МАРКЕТИНГУ

ДОПОВІДІ:

Гарбузенко С.В., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг

Науковий керівник – **Дядик Т.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ НА РИНОК

Даниленко В.І., к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу,

Калюжна Ю.П., к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

АДАПТАЦІЯ ДО МАРКЕТИНГОВИХ УМОВ ТА
ЗАКОНОДАВСТВА ЄС МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ВИРОБНИКІВ
АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Данко А.І., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Підприємництво, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Даниленко В.І., к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНИХ
ПІДПРИЄМСТВАХ

Дикопащенко В.М., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг

Науковий керівник – **Даниленко В.І.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ВСТАНОВЛЕННЯ ЦІН ЗІ ЗНИЖКАМИ ТА НАЦІНКАМИ ДЛЯ
СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ

Дядик Т.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу

Іващенко М.Ф., здобувач ступеня вищої освіти «Магістр», ОПП Підприємництво, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, Полтавська державна аграрна академія

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ
БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Калюжна Ю.П., к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу,

Даниленко В.І., к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу,

Боровик Т.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Коровченко А.О., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Економіка підприємства, спеціальності 051 Економіка

Науковий керівник – **Даниленко В.І.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

**СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВІСТЬ ПАРТИЗАНСЬКОГО
МАРКЕТИНГУ**

Кулик О.С., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Економіка підприємства, спеціальності 051 Економіка

Науковий керівник – **Даниленко В.І.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИЗМУ

Магарламова Е.М., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг

Науковий керівник - **Писаренко В.В.**, д.е.н, професор, завідувач кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

**ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОЇ
МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ NESTLE**

Майборода О.А., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг

Майборода О.В., асистент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

**СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ
ОПТОВОГО ПЛОДООВОЧЕВОГО РИНКУ УКРАЇНИ**

Майборода О.В., асистент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

**МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
СУБ'ЄКТІВ ПЛОДООВОЧЕВОГО
РИНКУ**

Нечипоренко В.В., кандидат сільськогосподарських наук, доцент, доцент кафедри статистики, аналізу господарської діяльності та маркетингу

Карпенко Н.М., магістрант, спеціальність 075 «Маркетинг», Сумський національний аграрний університет

**МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ
АПТЕК**

Нечипоренко В.В., кандидат сільськогосподарських наук, доцент, доцент кафедри статистики, аналізу господарської діяльності та маркетингу

Ситник В.М., магістрант, спеціальність 075 «Маркетинг», Сумський національний аграрний університет

ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

Нечипоренко В.В., кандидат сільськогосподарських наук, доцент, доцент кафедри статистики, аналізу господарської діяльності та маркетингу

Черніговець М.М., магістрант, спеціальність 075 «Маркетинг», Сумський національний аграрний університет

СТРАТЕГІЧНІ РІШЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА ПО ФОРМУВАННЮ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ

Обод Л.П., магістрант спеціальності «Маркетинг», Сумський національний аграрний університет

Волошина В.М., магістрант спеціальності «Менеджмент» ОП «МЗЕД», Сумський національний аграрний університет

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ

Падалка Ю.В., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг

Науковий керівник – **Калюжна Ю.П.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ПРОБЛЕМИ ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ

Писаренко В.В., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

Багорка М.О., доктор економічних наук, доцент Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРОБІЗНЕСУ

Решетнікова О.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

СУЧАСНИЙ СТАН ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ

Стилик А.Г., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Економіка підприємства, спеціальності 051 Економіка

Науковий керівник – **Даниленко В.І.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА СПОЖИВАЧА

Тетерюк Р.С., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Підприємництво, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Даниленко В.І., к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ДОЦІЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ КОНСАЛТИНГОВИХ ФІРМ У ПРОВАДЖЕННІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ДЛЯ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПРОДУКТОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Тихтило Б.В., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Підприємництво, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Даниленко В.І., к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ПРОДУКТОВОГО РИНКУ

Томенко Д.В., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Економіка підприємства, спеціальності 051 Економіка

Науковий керівник – **Даниленко В.І.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ВЕЛИКИЙ ОБМАН В СУПЕРМАРКЕТІ АБО СЕКРЕТНІ ТЕХНІКИ МАРКЕТОЛОГІВ В МАГАЗИНАХ

Устік Т.В., кандидат економічних наук, доцент, Сумський національний аграрний університет

Савченко Я.О., магістрант спеціальності «Маркетинг», Сумський національний аграрний університет

ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ МЕХАНІЗМІВ ПРИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Устік Т.В., кандидат економічних наук, доцент, Сумський національний аграрний університет

Сумцов А.О., магістрант спеціальності «Маркетинг», Сумський національний аграрний університет

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ ЧИННИКІВ НА ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ РОЗПОДІЛУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Фастівець П.С., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг

Науковий керівник – **Даниленко В.І.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

СТРАТЕГІЯ БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ

Фрол Р.О., магістрант спеціальності «Маркетинг», Сумський національний аграрний університет

Шумкова О.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри статистики, аналізу господарської діяльності та маркетингу, Сумський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Секція 2.

ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АПК

ДОПОВІДІ:

Joanna Dyczkowska, Koszalin University of Technology, Faculty of Economy Sciences, Poland

E-GROSERY MARKET AND LOGISTICS SOLUTION IN POLAND

Боровик Т.В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ЛОГІСТИЧНИЙ АУТСОРСИНГ У МАРКЕТИНГУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Деревицька В.Ю., здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг, Сумський національний аграрний університет

Науковий керівник - **Макаренко Н.О.**, кандидат економічних наук, доцент, Сумський національний аграрний університет

РОЗВИТОК ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЗА РАХУНОК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ

Дмитренко А.Р., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Менеджмент

Науковий керівник – **Боровик Т.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ХОЛОДНОГО ЗБЕРІГАННЯ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Зозуля В.М., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Менеджмент

Науковий керівник – **Боровик Т.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ПЕРЕВЕЗЕННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ

Киш Л.М., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри моделювання та інформаційних технологій в економіці факультету економіки та підприємництва, Вінницький національний аграрний університет

ХАРАКТЕРИСТИКА ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Кошова Л.М., асистент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Лясколо В.Ю., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», напряму підготовки «Маркетинг»

Науковий керівник – **Боровик Т.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ПЕРШОЧЕРГОВІ ЗАХОДИ РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ ЛОГІСТИКИ

Панова Я.Г., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПІ Менеджмент

Науковий керівник – **Боровик Т.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

СУТНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

Потапова Н.А., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри моделювання та інформаційних технологій в економіці, Вінницький національний аграрний університет

ЛОГІСТИКА В ВІРТУАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Стуканова А.М., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПІ Менеджмент

Науковий керівник – **Боровик Т.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Титаренко А.А., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПІ Менеджмент

Науковий керівник – **Боровик Т.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ ВАНТАЖОПЕРЕВЕЗЕНЬ ЗАМОРОЖЕНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Ушкаленко І.М., кандидат економічних наук, доцент, Вінницький національний аграрний університет

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ В УКРАЇНІ

Шеремет І.В., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПІ Менеджмент

Науковий керівник – **Боровик Т.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ЛОГІСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Щербакова Ю.О., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Менеджмент

Науковий керівник – **Боровик Т.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

**АНАЛІЗ РИНКУ «ХОЛОДНОЇ ЛОГІСТИКИ» В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Ярош Аліна, здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Менеджмент

Науковий керівник – **Боровик Т.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

**ПЕРЕВЕЗЕННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ: ОСОБЛИВОСТІ
ДОСТАВКИ ЗАМОРОЖЕНИХ ТОВАРІВ**

**Секція 3.
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ**

ДОПОВІДІ:

Андрущенко А.О., Вдовиченко К.О., студентки Вінницького національного аграрного університету;
ГЛОБАЛЬНІ КОМП'ЮТЕРНІ МЕРЕЖІ В МАРКЕТИНГУ

Антонюк О.А., студентка 4-го курсу факультету менеджменту та права, Вінницького національного аграрного університету;
Науковий керівник – **Киш Л.М.,** к.е.н., доцент, доцент кафедри моделювання та інформаційних технологій в економіці, Вінницький національний аграрний університет
МОЗКОВИЙ ШТУРМ ЯК МЕТОД ТВОРЧОГО ПОШУКУ

Качуровський С.В., кандидат економічних наук, старший викладач кафедри моделювання та інформаційних технологій в економіці, Вінницький національний аграрний університет
ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІТ В ЛОГІСТИЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Лагута Д.О., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг
Науковий керівник - **Писаренко В.В.,** д.е.н, професор, завідувач кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія
ЕФЕКТИВНІ ПРИЙОМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ В МЕРЕЖІ INTERNET

Ляскало В.Ю., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», напряму підготовки «Маркетинг»
Науковий керівник – **Дядик Т.В.,** к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Натрусна А.В., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Економіка підприємства, спеціальності 051 Економіка
Науковий керівник – **Даниленко В.І.,** к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія
МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПРОДОВОЛЬЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Саєнко С.Р., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Економіка підприємства, спеціальності 051 Економіка

Науковий керівник – **Даниленко В.І.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Сімон А.О., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», напряму підготовки «Маркетинг»

Науковий керівник – **Дядик Т.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ В ІНТЕРНЕТІ

Хурдей В.Д., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

НООМАРКЕТИНГ ПРОДУКТОВОГО РИНКУ

Шебанова О.О., старший викладач, Харківський національний технічний Університет сільського господарства ім. П.Василенка

ФОРМУВАННЯ ЗАХОДІВ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ З МОДИФІКАЦІЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

Секція 4.

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ АПК

ДОПОВІДІ:

Богданович Р.В., здобувач ступеня вищої освіти «Магістр», спеціальності Маркетинг, Сумський національний аграрний університет
СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Бурим М.В., здобувач ступеня вищої освіти «Магістр», спеціальності Маркетинг, Сумський національний аграрний університет
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ЕФЕКТИВНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Волонтир Л.О., кандидат технічних наук, доцент, Вінницький національний аграрний університет
МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: МОДЕЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЗЕРНА

Калініченко Л.Д., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», напряму підготовки «Маркетинг»
Науковий керівник – Даниленко В.І., к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Корнієнко Я.С., магістрант спеціальності «Маркетинг», Сумський національний аграрний університет
Шумкова О.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри статистики, аналізу господарської діяльності та маркетингу, Сумський національний аграрний університет
ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кучинська А.С., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПІ Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг
Науковий керівник – Даниленко В.І., к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія
МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

Лук'яненко О. А., магістр з маркетингу

Лишенко М.О., доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри статистики, АГД та маркетингу, Сумський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ НА АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Макаренко Н.О., кандидат економічних наук, доцент

Бутенко О.В., студент спеціальності 075 «Маркетинг», Сумський національний аграрний університет

СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Ракчєєв А.Р., здобувач ступеня вищої освіти «Бакалавр», ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг

Науковий керівник – **Даниленко В.І.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ В КОМПАНІЇ DISNEY

Стогнієнко К.С., здобувач ступеня вищої освіти «Магістр», спеціальності Маркетинг, Сумський національний аграрний університет

ОЦІНКА РІВНЯ ЕКОЛОГІЧНОСТІ ТОВАРУ

Секція 5.

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ДОПОВІДІ:

Калюжна Ю.П., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавська державна аграрна академія

ВАРТІСТЬ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Сівіцька Ю.О., здобувач ступеня доктора філософії зі спеціальності 051 «Економіка», Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРАХУНКУ СПЕЦИФІЧНОГО РИЗИКУ КОМПАНІЇ ПРИ ОЦІНЦІ ВАРТІСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО БІЗНЕСУ



СЕРТИФІКАТ

Кафедра маркетингу



УЧАСНИКА ХІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДУКТОВОГО РИНКУ»

Киш Л.М.,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри моделювання та
інформаційних технологій в економіці*

Вінницький національний аграрний університет

Полтава, 16 квітня 2019 року

Завідувач кафедри маркетингу ПДАА,

д.е.н., професор

В. В. Писаренко

Л.М.Киш

кандидат економічних наук, доцент

Вінницький національний аграрний університет

м. Вінниця, Україна

ХАРАКТЕРИСТИКА ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Сучасне суспільство неможливо уявити без такої чинника як логістична система. Адже від нього залежить ефективність товаропотоків та розвиток окремих напрямків економіки. Її розвиток безпосередньо пов'язаний з прогресом у техніці та змінами у принципах управління, що призводить до поліпшення у ланцюгах вантажопотоків та зменшення витрат. Основне місце у даних ланцюгах належить транспорту. Оскільки він є тією ланкою, що забезпечує рух потоку матеріалів при їх постачанні з місця відправлення до місця призначення та споживання.

Аграрний сектор застосовує вхідну та вихідну логістику. Отримання товарів та матеріалів у постачальників – вхідна логістика, а їх постачання покупцям – вихідна. Структурно логістична система включає такі складові, як забезпечення (постачання), зберігання, продукування (виробництво).

Розглянемо вантажообіг та обсяг перевезених вантажів у % до січня-серпня 2017 по вітчизняних підприємствах.

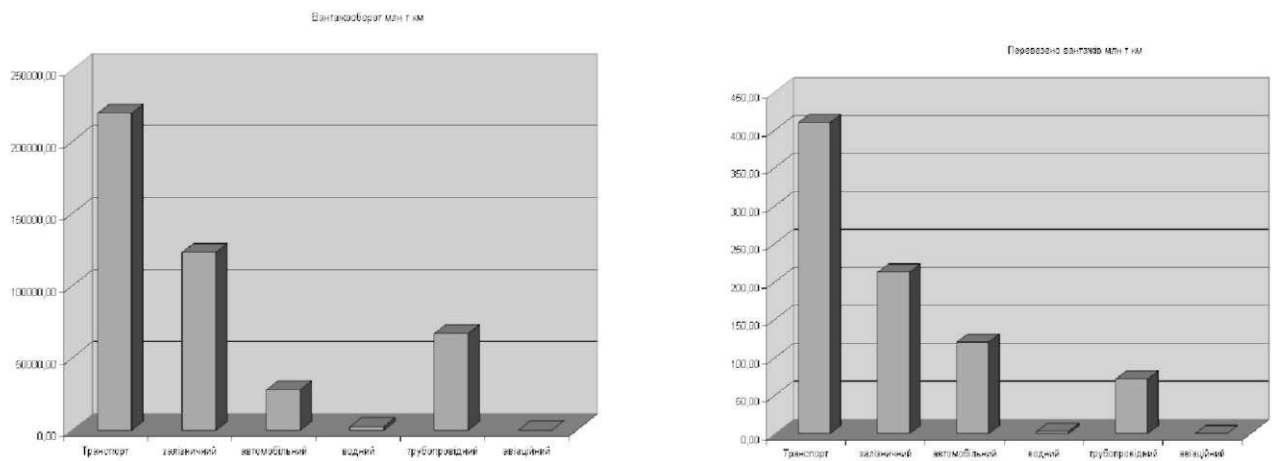


Рис.1. Вантажообіг в Україні в 2018 р. [4]

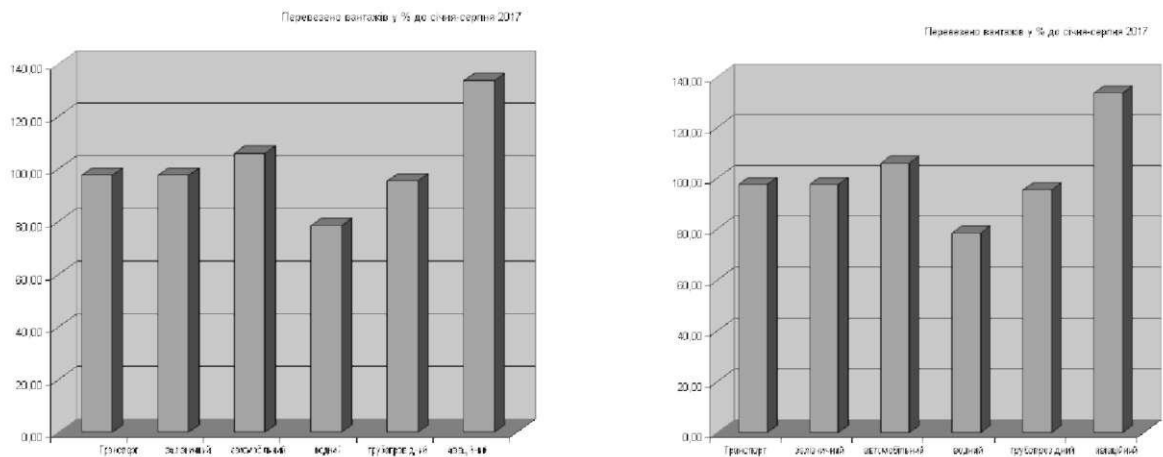


Рис.2. Обсяг перевезених вантажів у % до січня-серпня 2017 в Україні [4]

Як свідчать дані рис.1 та рис.2. провідним видом транспорту, яким здійснюються внутрішні перевезення вантажів є залізничний. Його частка в загальному вантажообігу складає 56% або 122889,2млн.т.км. Це зумовлено відносно низькою собівартістю перевезень залізничним транспортом та досить високою швидкістю і надійністю доставки вантажів. Проте даний обсяг перевезень на 4,0% менше, ніж у січні-серпні 2017р., що склало 176,5млн т вантажів., через високу зношеність рухомого складу та його неефективне використання. Найменш затребований водний транспорт, відповідно 2261,7 млн.т.км. або 1%. Але його обсяг зменшився всього на 1,9%.. Найбільший ріст обсягів перевезень спостерігається по авіаційному транспорту, понад 33%. Дане збільшення зумовлене стратегією важливістю авіації, швидкістю перевезень.

Валова додана вартість аграрного сектору виробництва України у фактичних цінах, млн.грн

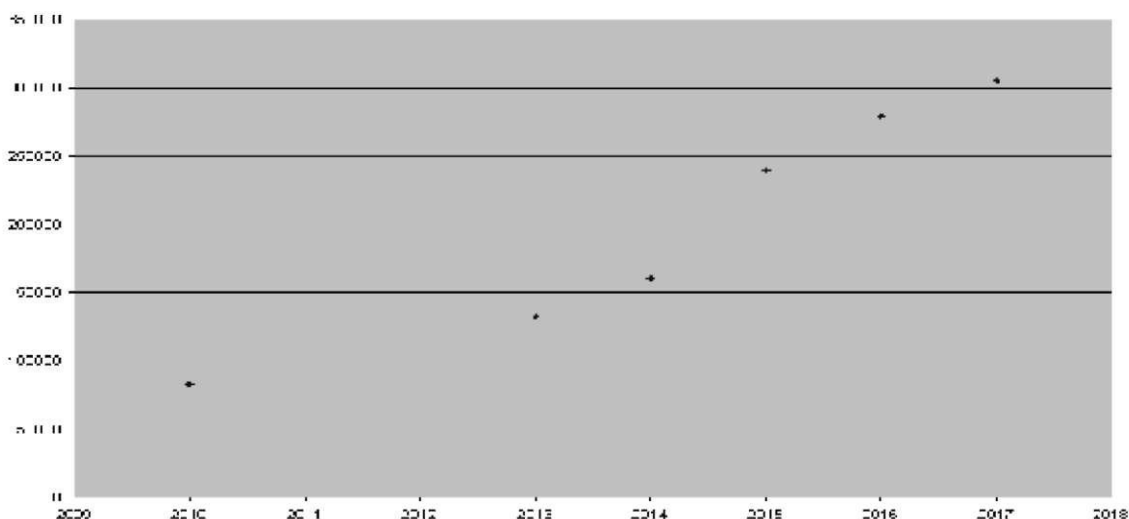


Рис.3. Динаміка валової доданої вартості аграрного сектору виробництва України у фактичних цінах [4]

Аграрний сектор України постійно нарощує обсяги виробництва, про що свідчать дані рис.3. А це в свою чергу вимагає зміни інфраструктури для зберігання сільськогосподарської продукції, адже вона вимагає удосконалення, модернізації, а іноді повного переоснащення.

Нажаль, в Україні логістична система аграрного сектору в значній мірі спрямована на експорт сировини. Хоча, на нашу думку, зважаючи на орієнтацію на європейські ринки, необхідно розвивати замкнені цикли виробництва по тих видах харчових продуктів, де це можливо.

Таким чином, можна виділити наступні завади розвитку логістичного забезпечення аграрного сектору економіки України є:

1. Економічні: відсутність коштів на будівництво достатньої кількості сучасних складських приміщень; відсутність коштів на закупівлю сучасних транспортних засобів.

2. Інституційні: відсутність урядової програми з розвитку агрологістики на належному рівні; низька інвестиційна привабливість сільського господарства, що в основному пояснюється недосконалою нормативно-правовою базою.

3. Організаційні: відсутність кваліфікованих логістичних кадрів у сільськогосподарських підприємствах; низька якість дорожнього покриття, недосконале цифрове програмне GPS забезпечення логістики. [1].

Наскільки ефективно будуть вирішуватись зазначені питання і усунення завад залежить ефективність розвитку аграрного сектору України і логістичному забезпеченню в даному випадку належить провідна роль

Список використаних джерел

1. Логістика як конкурентна перевага у розвитку агробізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agropolit.com/blog/58-logistika-yak-konkurentna-perevaga-u-rozvitku-agrobiznesu-v-ukrayini>

2. Державна служба статистики України. Експрес-випуск. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>