

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

Маркетинговс забезпечення продуктового ринку. Програма ХІ 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.с.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**

**Дикопавленко 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.с.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», ОПШ 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», ОПП 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 ВАРТОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО БІЗНЕСУ**



# СЕРТИФІКАТ

Кафедра маркетингу



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

*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

## Доповідь

*XI Міжнародна науково-практична конференція «Маркетингове забезпечення продуктового ринку». (16 квітня 2019р.), м. Полтава.*

Волонтир Л.О. кандидат технічних наук,  
доцент Вінницький національний аграрний університет  
м. Вінниця, Україна

### **МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: МОДЕЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЗЕРНА**

Суттєвою складовою ефективного функціонування ринку зерна є наявність розвиненої інфраструктури, що забезпечує стабільність і прозорість ринкового товарообміну в процесі руху продукції від виробника до кінцевого споживача. Саме відсутність останньої та потреба товаровиробників у вільних коштах для подальшого відтворення виробництва створюють умови для реалізації значної частини продукції одразу після збирання врожаю за зниженими ринковими цінами (особливо актуально це питання стоїть на початку маркетингового року у серпні-вересні). Зараз більшу частку продукції зерновиробники реалізують комерційним структурам – посередникам (50 – 70 %), а на переробні підприємства та елеватори перепадає лише 2 – 6 %.

Одним із шляхів розв'язання цієї проблеми сезонного збуту зерна є створення мережі сучасних сертифікованих зернових елеваторів з урахуванням логістично раціонального розташування, що дасть змогу зберігати достатню кількість зерна до того ж і належної якості. Це дасть можливість підвищити ефективність роботи зерновиробників за рахунок продажу ними зерна за сприятливої кон'юнктури ринку у більш широкому діапазоні часу. Слід також заохочувати незалежних операторів, які забезпечуватимуть об'єктивне визначення якості зерна.

Сьогодні відомо три режими зберігання зернових мас:

- у сухому стані, тобто з докритичною вологістю;
- в охолодженому стані (температура зерна знижена до меж, за яких значно гальмуються життєві функції компонентів зернової маси);
- без доступу повітря (в герметичному стані).

Найбільш загальною метою моделювання є пошук найбільш економічно вигідної екологічно збалансованої структури виробництва з високим рівнем використання земельних ресурсів та стійкості проти внутрішніх і зовнішніх негативних факторів. Рішення таких задач дозволяє визначити не тільки стратегічно важливі орієнтири розвитку окремих галузей, а й оптимальне їх співвідношення.

Оптимізаційна модель, з огляду на її функціональне призначення, дозволяє визначити обсяги збільшення виробництва і обґрунтувати підвищення ефективності використання земельних ресурсів в умовах конкретного підприємства. Тому, оптимізація є вагомим інструментом в економічному механізмі управління, використання якого полягає у визначенні стратегічних орієнтирів розвитку виробництва, за умови досягнення нижньої межі договірної обсягу реалізації кожного з видів продукції, що обумовлено біржовими контрактами.

Розглянуто секторну ринкову модель, запропоновану Нікішиною О.В, як найбільш універсальну та прикладну для вивчення потенційних можливостей ринку, ступеня їх досягнення, обґрунтування регуляторних заходів. Згідно методології аналізу інтегрованих товарних ринків, структуру інтегрованого зернового ринку можна представити як сукупність чотирьох взаємопов'язаних секторів: аграрного, переробного (первинна переробка), інфраструктурного та споживчого (вторинна переробка зерна).

Стохастична модель технологічного процесу роботи елеватора розробляється відповідно до наступної системи гіпотез: система переробки є одним каналом, що має дві фази обслуговування, і при цьому дисципліна

обслуговування є FIFO. Вимоги на обслуговування в систему надходять у вигляді партій зернових однорідної якості у випадкові моменти часу і утворюють пуассонівський потік з інтенсивністю  $\lambda$  партій зернових за годину.

Кількість вимог у черзі обмежується обсягом блоку очікування, в якому вони перебувають, чекаючи своєї черги до фази обслуговування. Число вимог у черзі, а також у блоці очікування не повинно перевищувати числа  $N$ , де  $N$  – кількість партій зернових в черзі перед першою фазою обслуговування,  $N = 1, 2, 3, \dots$ ,  $k$  – кількість партій зернових в накопичувальній ємності, де перебувають партії зерна, очікуючи, поки звільниться друга фаза обслуговування,  $k = 1, 2, 3, \dots$

Час обслуговування на першій і на другій фазах має експоненціальний закон розподілу ймовірностей з параметрами  $\mu_{10}$ ,  $\mu_{11}$ ,  $\mu_{12}$ ,  $\mu_{20}$  партій зернових за годину. Причому: – – інтенсивність обслуговування на першій фазі, при якому вимога задовольнила тест лабораторії щодо якості, не потребує подальшої обробки і, з імовірністю  $1 - p$  покидає систему; – – інтенсивність обслуговування на першій фазі, при якому вимога не  $N = N + k$   $1 - \mu_{10} - \mu_{12} - 23$  задовольнила вимог лабораторії, пройшла попереднє очищення і, з імовірністю  $2 - p$  переходить на фазу сушіння; – – інтенсивність обслуговування на першій фазі вимоги, що пройшла попереднє очищення, необхідне за тестом лабораторії і, з імовірністю  $3 - p$  переходить в блок очікування, оскільки друга фаза є зайнятою; – – інтенсивність обслуговування на другій фазі, при якому вимога, що потребувала обробки, пройшла фазу попереднього очищення, потім пройшла фазу сушіння і полишила систему. Імовірності  $1 - p$ ,  $2 - p$ ,  $3 - p$  визначаються на основі статистичної інформації. Зазначимо  $1 - p$ ,  $2 - p$ ,  $3 - p$ , являють собою повну групу несумісних між собою подій і  $1 - p + 2 - p + 3 - p = 1$ . Стохастичну модель, яка працює в реальному масштабі часу, можна представити у векторно-матричній формі:  $(\dot{P}) = AP(t)$  де  $P(t)$  – вектор ймовірностей станів підприємства в момент часу  $t$ ;  $A$  —

квадратна матриця, елементи якої  $a_{ij}$  є сталими величинами, котрі визначаються параметрами системи  $\lambda, \mu_0, \mu_1, \mu_2, \mu_{20}$ . При цьому виконується умова нормування  $\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n a_{ij} = 1$ . Вся сукупність несумісних станів системи являє собою повну групу подій. Виконання умов локального балансу в усіх станах мережі є достатньою умовою існування глобального балансу в мережі. Нині ціни на зерно формуються залежно від попиту й пропозиції, витрат на виробництво та реалізацію, ринкових зборів тощо. Аналіз цінової ситуації на ринках міст України засвідчує велику варіацію. Середня ціна 1 кг зернових культур не дає повної змоги охарактеризувати цінову ситуацію ринку зерна України. Спостерігається сезонна циклічність цін: зростання їх із зменшенням запасів і зниження після закінчення збиральних робіт, коли відбувається масова реалізація зерна виробниками, які не мають змоги зберігати вирощений урожай, а споживачі роблять запаси зернових культур. Розроблено модель визначення оптимального плану реалізації зернових культур. Модель визначимо в детермінованому випадку, коли ціни будемо вважати постійними та відомими та у випадку цінового ризику. В випадку цінового ризику будемо вважати ціну випадковою величиною, а отже отримуємо стохастичну оптимізаційну модель.

Модель включає випадки, коли календарний план реалізації запасів сільськогосподарської продукції складається за умов імовірнісного характеру майбутніх ринкових цін на продукцію, вона дозволить власнику сільськогосподарської продукції максимально захистити свої економічні інтереси при розробці плану реалізації наявних запасів. Для побудови числової моделі задачі реалізації зерна необхідна така інформація: ціни реалізації та вартість зберігання 1 тонни зернових культур до певного місяця.

Статистичні дані для прогнозування майбутньої ціни реалізації з Вісника державної служби статистика України за 2009-2018 роки. Вартість

зберігання 1 т продукції до моменту реалізації взято з бухгалтерської звітності конкретного підприємства. за об'єкт дослідження обрано ПрАТ «Гніванське хлібоприймальне підприємство».

Практична реалізація моделі виконана на основі табличного процесору. За оптимальним розв'язком задачі визначено, що всі види зернових культур, крім ячменю, економічно не вигідно реалізовувати в таких місяцях як січень, травень, червень, липень та серпень. Пшеницю 3 та 6 класу, кукурудзу не вигідно також реалізовувати в вересні. Ячмінь на відміну від інших культур реалізовувати вигідно на протязі всього року. На лютий припадає максимальна реалізація пшениці 2,3 та 6 класу, в березні максимальна реалізація ячменю, а мінімальна – в травні. Кукурудза має максимальну реалізацію в травні, а мінімальну в вересні.

Мінімальна реалізація пшениці залежить від його класу – вересень, квітень та грудень відповідно 2, 3 та 6 клас. При такому неповному завантаженні складських приміщень прибуток від зберігання зернових культур буде становить 743 тис.грн. Висновок.

Одним із шляхів розв'язання проблеми сезонного збуту зерна є створення мережі сучасних сертифікованих зернових елеваторів з урахуванням логістично раціонального розташування, що дасть змогу зберігати достатню кількість зерна до того ж і належної якості. Це дасть можливість підвищити ефективність роботи зерновиробників за рахунок продажу ними зерна за сприятливої кон'юнктури ринку у більш широкому діапазоні часу. Слід також заохочувати незалежних операторів, які забезпечуватимуть об'єктивне визначення якості зерна.