

Міністерство освіти і науки України
Politechnika Rzeszowska im. Ignacego Łukasiewicza (Rzeszów, Polska)
Narxoz University (Almaty, Kazakhstan)
Сумський національний аграрний університет
Полтавський державний аграрний університет
Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та
інформаційних технологій
Кафедра маркетингу



**МАТЕРІАЛИ
XIV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ПРОДУКТОВОГО РИНКУ»**



24 травня 2022 року
м. Полтава

УДК 631.1.027:338.439.5(477)
ББК 65.050.9(4УКР):65.9(4УКР)42

Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XIV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 24 травня 2022 року). Полтава: ПДАУ. 2022. 220 с.

У збірнику надруковані матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингове забезпечення продуктового ринку».

Відповідальність за зміст та редакцію наукових праць несуть їх автори. Матеріали можуть бути корисні для студентів, магістрантів, аспірантів та викладачів вищих навчальних закладів.

<i>Жмайлова О. Г., Пилипенко А. Ю.</i> Щодо ролі управління конкурентоспроможністю підприємства у забезпеченні стабільності його розвитку.....	176
<i>Коваленко В.С., Макарова В.В.</i> Управління якістю як складова конкурентоспроможності продукції підприємства.....	178
<i>Крат Д.М., Майборода О.В.</i> Місце консалтингу в інфраструктурі товарного ринку України.....	182
<i>Мажулін Є.В.</i> Маркетинговий інструментарій в системі стратегічного управління компаній.....	183
<i>Неженець В. С., Устік Т. В.</i> Управління міжнародними маркетинговими можливостями та формування маркетингових ризиків промислового підприємства.....	185
<i>Лазоренко І.А., Устік Т.В.</i> Характеристика складових управління маркетинговим потенціалом підприємств аграрної сфери.....	188
<i>Самборський І. О., Гибалюк М. О.</i> Маркетингові комунікації підприємства.....	192
<i>Самборський І. О., Дамаскін Д. Ю.</i> Управління асортиментною політикою підприємства.....	196
<i>Унірова О.О., Устік Т.В.</i> Стратегія взаємодії аграрного підприємства на засадах маркетингу відносин.....	198
<i>Шумкова В.І.</i> Ефективність маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств.....	201
РОЗДІЛ V. ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
<i>Демченко А. І., Жмайлова О. Г.</i> Щодо критеріїв оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства.....	205
<i>Калищук В. О., Семенюк С.Б.</i> Ключові метрики ефективності рекламної кампанії...	207
<i>Кононенко Ж.А., Кононенко О.А.</i> Фактори формування доходів діяльності підприємства.....	209
<i>Мандич О.В., Микитась А.В.</i> Фінансова підтримка маркетингових стратегій розвитку суб'єктів бізнесу.....	213
<i>Миколенко І.Г., Пиляк І. І., Кива І. О.</i> Фінансова спроможність територіальних громад.....	215
<i>Шостак Л. Г., Москаленко Б. А.</i> Використання маркетингового інструментарію для формування доходів підприємств фармацевтичної галузі.....	217

Крат Д.М.,
ЗВО спеціальності Маркетинг, СВО Бакалавр,
Науковий керівник – **Майборода О.В.**, к.е.н, доцент кафедри,
Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна

МІСЦЕ КОНСАЛТИНГУ В ІНФРАСТРУКТУРІ ТОВАРНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Система консультування в Україні ще на стадії розвитку, проте вже є достатньо компетентних фірм, що мають добру репутацію, спроможні надавати цілий спектр управлінських послуг як у галузі консалтингу, аудиту, фінансового аналізу і керування спрямовуванням грошових потоків підприємств, так і в галузі керування персоналом. Найчастіше як консультантів з окремих питань у нашій країні залучають знаних фахівців, як правило, тих, що мають науковий ступінь і суспільне визнання. Проте швидко знайти кваліфікованого консультанта саме з конкретної проблеми в Україні досить складно, оскільки такий ринок тільки набирає обертів, хоча перспективи його розвитку цілком очевидні [1].

Консалтинг – це, перш за все, вид інтелектуальної діяльності. Його основне завдання полягає в аналізі та обґрунтуванні перспектив розвитку, а також у використанні науково-технічних і організаційно-економічних інновацій з урахуванням предметної області і проблем клієнта. Консалтинг вирішує питання управлінської, економічної, фінансової, інвестиційної діяльності організацій, стратегічного планування, оптимізації загального функціонування компанії, ведення бізнесу, дослідження і прогнозування ринків збути, руху цін і т.д [2].

Види консалтингових послуг:

1. Управлінський консалтинг – полягає в комплексному оцінюванні компанії, прогнозуванні, розробці стратегії розвитку, створенні антикризових програм.

2. Адміністративний консалтинг – це питання формування та реєстрації компанії, організації роботи офісу, адміністративного контролю, ведення діловодства, дотримання трудової дисципліни та ін.

3. Фінансовий консалтинг. Включає рішення важливих фінансових задач: пошук джерел фінансування, підвищення ефективності роботи компанії, розробка фінансової стратегії; консультування з питань оподаткування, бухгалтерського обліку, економічної діяльності, звітності.

4. Кадровий консалтинг. Ця послуга полягає в комплексному вирішенні кадрових проблем на підприємстві, підвищенні ефективності праці, кваліфікації працівників.

5. Маркетинговий консалтинг – максимальне підвищення продаж за рахунок оптимізації функціонування підприємства на всіх рівнях: збуту, ціноутворення, реклами, післяпродажного обслуговування. Ця послуга також охоплює питання виходу на нові ринки, розробку продукції та ін.

6. Виробничий консалтинг – вирішення різних економічних, управлінських та інженерних питань, аналіз продукції та методів виробництва, кадрової структури, планування виробництва.

7. IT-консалтинг – забезпечення інформаційної стабільності на підприємстві – автоматизація всіх бізнес-процесів, розробка інформаційно-пошукових систем, інформаційної безпеки в компанії.

8. Юридичний консалтинг – правове консультативне забезпечення.

9. Спеціалізований консалтинг – включає не вказані вище бізнеспитання, наприклад, управління електроенергією, телекомунікаціями, екологічною ситуацією, матеріально-технічним забезпеченням, а також питання державного сектору [2].

Розвиток цієї галузі в Україні має свої особливості. Через нерозвиненість ринкової інфраструктури в останні роки консультування припадало на банківську, страхову, фінансову сфери. Проте варто визнати, що подальший розвиток управлінського консультування пов'язаний із галузевою структурою економіки і найближчим часом відбудеться його зміщення у галузь виробництва [1].

На передній план в Україні також виходить консультування з управління маркетингом. Консультування з питань діяльності клієнта в галузі маркетингу має не лише першорядне значення, а й істотні особливості. Саме в цій галузі фірма вступає в контакт із зовнішніми об'єктами (конкурентами, клієнтами), що існують незалежно від неї. Тому її виживання залежить від того, наскільки добре фірма спроможна пристосовуватися до умов ринку, що швидко змінюються, на які впливає діяльність таких об'єктів.

Три основні причини виправдовують створення і просування фахового консультування. Насамперед, прагнення набути впевненості в собі, створення національних фахових служб, що змогли б зменшити залежність країни від іноземних консультантів. Також, ніхто краще за національних консультантів не може пристосувати доступне для міжнародного користування нововведення в галузі керування до специфічних умов країни. Зрештою, є і дуже важлива фінансова причина — скорочення залучення дорогих іноземних фахівців, що дає змогу зменшити вартість консультаційної частини багатьох проектів, заощаджує валюту, робить ці послуги доступними для бюджету місцевих клієнтів, охоплюючи і дрібні приватні фірми [1].

Список використаних джерел:

1. Інфраструктура товарного ринку : теоретичні засади: підручник / за ред. О.О. Шубіна. К. : Знання, 2009. 379 с.

2. Пилявець В.М., Озима В.В., Заруба В.П. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. К. : Аграрна освіта, 2015. 255 с.

Мажулін Є.В.

аспірант

Державний біотехнологічний університет

м. Харків, Україна

МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЙ

Формування маркетингової політики компанії базується на засадах та концептуальних положеннях стратегічного управління. Функціонування суб'єктів