


Міністерство освіти і науки України  
Харківський національний технічний  
університет сільського господарства  
імені Петра Василенка



# СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ: СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК

МАТЕРІАЛИ  
МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
КОНФЕРЕНЦІЇ

ДО 90-РІЧЧЯ ЗАСНУВАННЯ ХНТУСГ



30 КВІТНЯ 2020 РОКУ  
ХАРКІВ, УКРАЇНА

### 3. Аналітичний етап.

В ньому відбувається аналіз рішення та розробка кінцевої відповіді.

Головним недоліком цього методу є тривалий час реалізації, а часом і неможливість поділу етапів структурної оцінки ситуації і кількісної оцінки її параметрів [3].

Та це не зменшує ефективність дельфійського методу, так як його переваги є більш вагомими. Його можна використовувати дистанційно, так як не потрібно, щоб учасники знаходились в одному помешканні. Кінцевий результат є високоефективний, так як цей метод уникає колективного впливу, обумовленого спільною роботою. Саме тому метод Дельфі є ефективним способом оптимізації управлінських рішень.

### Література:

1. Теорія управління, прогнозування та планування: веб-сайт. URL: [https://stud.com.ua/31812/menedzhment/prognozuvannya\\_planuvannya](https://stud.com.ua/31812/menedzhment/prognozuvannya_planuvannya)
2. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання. Навч. посіб-ник. К.: КНЕУ, 2003. 554 с.
3. Василенко В.А., Шостка В.І. Ситуаційний менеджмент навчальний посібник. Сімферополь. 2003. 128 с.

## ПОТОЧНА КОН'ЮНКТУРА ТА ЦІНОВА СИТУАЦІЯ НА РИНКУ БАШТАННИХ КУЛЬТУР

*Бойко Л.О., к.с.-г.н., доцент,*

*[l\\_boiko@ksau.kherson.ua](mailto:l_boiko@ksau.kherson.ua)*

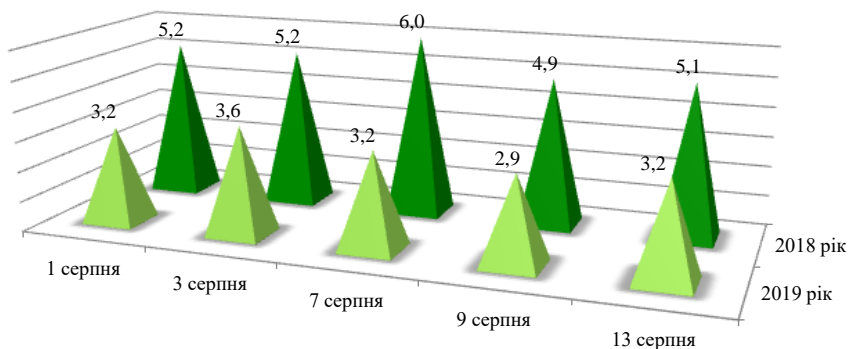
*Херсонський державний аграрний університет*

Підвищення ефективності виробництва продукції баштанництва потребує введення дієвої системи цінового механізму, який базується на поєднанні державного й ринкового регулювання. Нинішня система ціноутворення в агропромисловій сфері країни не забезпечує

саморегулювання, оскільки не створює паритетності у міжгалузевому обміні й за суттю є гальмом розвитку галузі.

Ринок кавунів характеризується значною сезонною циклічністю обсягів пропозицій, що також позначається на рівні цін. Найвищого рівня ціни досягають під час надходження на ринок перших партій нового врожаю. У 2019 р. площі під ранніми кавунами в господарствах Півдня України значно скоротилися, а плантації на неполивних землях, навпаки, збільшилися.

Порівняно з 2018 р. ціни на кавуни у 2019 р. були нижчі, про що свідчить інфографіка на основі аналітичних даних (рис. 1).



**Рис.1. Моніторинг цін на кавуни у 2018 – 2019 рр.**

*Джерело: [1]*

Станом на літо 2019 р. гуртом із поля ранні кавуни коштували від 4 до 5 грн (\$ 0,15-0,19 за кг), а в Києві кавун оптом продавався за цінами від 8 до 10 грн/кг (\$ 0,35 за кг). На ринках і трасах Херсонщини їх продавали по 15 грн/кг, у супермаркетах – на дві гривні дорожче, тому що там їх можна купити в дні з несприятливими погодними умовами та наприкінці робочого дня.

Для порівняння, за аналогічний період минулого року (2018 р.) оптова ціна на кавун не перевищувала 1,7 грн/кг, а з поля його продавали в середньому дешевше 1 грн/кг. З огляду на сумний досвід минулого року, багато фермерів відмовилися від вирощування раннього кавуна, вирішивши сконцентруватися на вирощуванні пізніх сортів, які вимагають менших зусиль і інвестицій при вирощуванні.

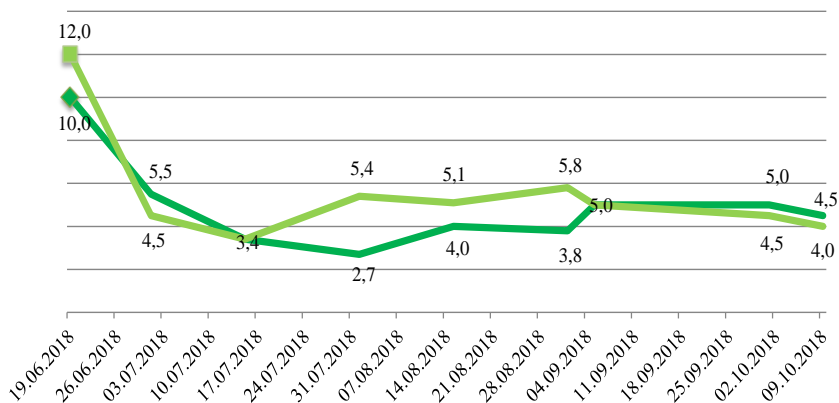
Зниження виробництва ранньої продукції в комбінації з високими цінами на кавун в Європі привели до того, що попит і пропозиція збалансувалися, і ціни залишались досить високими. Відповідно, ті, хто все-таки не відмовився від вирощування ранніх сортів кавуна у відкритому ґрунті та під плівкою або агроволокном, виявилися у виграші, адже ціни дозволили їм отримати значні прибутки.

Україна експортує лише 10% кавунів, вирощених на півдні країни. Рекорд з експорту цієї ягоди встановили у 2010 р. - 40 тис. тонн. Проте, побити чи навіть повторити цей рекорд не вдалося. Попит на кавуни в країнах ЄС за останні 7 років збільшився на 40%. Але експорт українського кавуна навіть після введення вільного режиму торгівлі з ЄС скоротився [2].

Україна розташована недалеко від кордону, входить до складу асоційованих ринків Європи та світу, має гарну репутацію. Вона має змогу надати майданчик, на якому виробники кавунів сформуєть партію однорідної продукції, що відповідає вимогам ринку ЄС та анонсує на фундації ринків, який має змогу заохочувати західного покупця. Ринок «Шувар» готовий взяти на себе функцію оцінки товару, щоб виробникам не довелося платити €600 за утилізацію кожної тонни неякісної продукції (рис.2).

«Шувар» формує товарну партію кавунів з продукції багатьох виробників, але виробник самостійно приймає рішення щодо продажу за запропонованою ціною. Підготовку експортних документів робить «Шувар». Польща

починає імпортувати досить великі обсяги кавунів ще у травні. Українська продукція з'являється на цьому ринку лише в липні, коли обсяги споживання суттєво падають [2].



**Рис.2. Ціни на кавун на ринку ОРСП Шувар», грн/кг**  
*Джерело: [2]*

Стратегія розвитку раннього виробництва кавунів мусить бути прив'язана до експорту, бо на внутрішньому ринку є певні упередження, що ранній кавун – небезпечний. Умови для експорту непрості, але європейський ринок - це стабільність, у якій має потребу кожен виробник.

### Література:

1. Кавуновий край - кавуновий рай?  
 URL:<https://ukurier.gov.ua/uk/articles/kavunovij-kraj-kavunovij-raj/>
2. Кавуни на експорт: «Шувар» пропонує ексклюзивні умови для виробників. URL:<https://agravery.com/uk/posts/show/kavuni-na-eksport-suvar-proponue-ekskluzivni-umovi-dla-virobnikiv>

## З М І С Т

<i>Мандич О.В.</i> МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ .....	6
<i>Андрєєва Н.М.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ SMART- СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЮ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГІЧНИМИ ІННОВАЦІЯМИ В УКРАЇНІ .....	8
<i>Боровік Л.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІЙ ГАЛУЗІ .....	11
<i>Ігнатенко М.М., Мармуть Л.О.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	14
<i>Ларіна Я.С.</i> СТРАТЕГІЧНИЙ ТА ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГ В ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕГРОВАНИХ АГРАРНИХ ФОРМУВАНЬ УКРАЇНИ .....	17
<i>Нікішина О.В.</i> ДІАГНОСТИКА ЯКОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ЛАНЦЮГАХ ТОВАРНИХ РИНКІВ .....	20
<i>Писаренко В.В., Герасимчук Н.А.</i> СТРАТЕГІЧНЕ МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ АГРОПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ .....	24
<i>Севідова І.О.</i> МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕСУ .....	28
<i>Танклевська Н. С., Вибранський В. В.</i> МАРКЕТИНГ СПОРТИВНОЇ СФЕРИ .....	31

<i>Шкода Т.Н., Верба П.В.</i> ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ КОМПАНІЇ НА ОСНОВІ ДАНИХ ДОСЛІДЖЕННЯ МІТ SMR / GLASSDOOR CULTURE 500 .....	34
<i>Шульгіна Л.М., Жалдак Г.П.</i> ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ В УКРАЇНСЬКУ ПРАКТИКУ .....	38
<i>Аббасзас Р.</i> ПРИНЦИПИ ТА ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	41
<i>Адамчик О.О.</i> МАРКЕТИНГОВІ ЧИННИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	44
<i>Алещенко Л.О.</i> СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ .....	47
<i>Ал-Шабан Алаа Табіт Ніама</i> АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ: СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД .....	51
<i>Бабко Н.М.</i> ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	54
<i>Белікова К.В.</i> МЕДІАПЛАНУВАННЯ В МАРКЕТИНГУ .....	58
<i>Белєцький С.В.</i> МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА .....	60
<i>Белікова К.В., Лазоренко Т.В.</i> ПРОГНОЗУВАННЯ ЗА МЕТОДОМ ДЕЛЬФІ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ .....	62

<i>Бойко Л.О.</i> ПОТОЧНА КОН'ЮНКТУРА ТА ЦІНОВА СИТУАЦІЯ НА РИНКУ БАШТАННИХ КУЛЬТУР .....	64
<i>Булкот О.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ МІЖНАРОДНИХ ЗЛИТТІВ ТА ПОГЛИНАНЬ У БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ .....	68
<i>Василець К.</i> МОЖЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ .....	72
<i>Гордієнко І.С.</i> ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ .....	74
<i>Горчак Д.С.</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТОКУ АГРАРНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ .....	77
<i>Гринько А.О.</i> ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ .....	80
<i>Грищенко Н.В.</i> СИСТЕМА МАРКЕТИНГУ ЯК ЗАСІБ ВИХОДУ НА СВІТОВИЙ РИНОК СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ТОВАРОВИРОБНИКА .....	83
<i>Грідін О.В., Калініченко С.М.</i> СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У ЦІНОВІЙ ПОЛІТИЦІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДИНАМІЧНИХ ЗМІН ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА .....	85
<i>Гусаренко Д.Б.</i> РОЛЬ УПРАВЛІННЯ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА .....	87
<i>Десна А.М.</i> БЕНЧМАРКІНГ ЯК НАПРЯМОК МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	90



НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**«СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ:  
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА  
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК»**

**МАТЕРІАЛИ  
МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
ДО 90-РІЧЧЯ ЗАСНУВАННЯ ХНТУСГ**

---

Відповідальний за випуск – *Мандич О.В., д.е.н., професор*

---

Підписано до друку 5.05.2020.  
Формат 60 × 84 1/16. Папір офсетний.  
Гарнітура Book Antiqua. Офсетний друк.  
Умовн. друк. арк. – 16,7. Тираж – 100 прим.

**Харківський національний технічний університет  
сільського господарства імені Петра Василенка**

---

м. Харків, вул. Алчевських, 44.