


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

УДК 339.138:[005.3:005.21]+005.342

С 91

Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток [Текст] : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. до 90-річ. заснув. ХНТУСГ/ Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка. - Харків : ХНТУСГ, 2020.- 270 с.

Матеріали опубліковані в авторській редакції.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Олександр НАНКА, к.т.н., професор, академік ІАУ, ректор, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, Україна

Віктор МЕЛЬНИК, д.т.н., с.н.с., проректор з наукової роботи, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, Україна

Олександра МАНДИЧ, д.е.н., професор, завідувачка кафедри маркетингу та медіакомунікацій, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, Україна

Ірина СЄВДОВА, д.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, Україна

Тетяна КВЯТКО, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, Україна

Наталя БАБКО, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, Україна

Ірина РОМАНЮК, к.е.н., старший викладач ЗВО кафедри маркетингу та медіакомунікацій, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, Україна

- Оксана ДЬОМІНА**, к.е.н., Виконавчий Директор ГО «Об'єднання Маркетологів України», Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна
- Александр ОСТЕНДА**, Dr., професор WST, ректор, Вища технічна школа в Катовіце, Польща
- Андрей ПИЛИПУК**, д.е.н., доцент, директор, ДП «Інститут системних досліджень в АПК НАН Білорусі», Республіка Білорусь
- Тадеуш ПОКУСА**, PhD, професор ВШУіА, проректор, Вища школа управління і адміністрації в Опольє, Польща
- Міхал ФАБУШ**, PhD, інж., проректор, Вища школа економіки і менеджменту суспільного управління в Братиславі, Словаччина
- Тамара МАКАРЕНКО**, к.і.н., доцент, декан гуманітарно-економічного факультету, Бердянський державний педагогічний університет, Україна
- Владимир СИНЕЛЬНИКОВ**, к.е.н., доцент, декан факультету підприємництва та управління, Білоруський державний аграрний технічний університет, Республіка Білорусь
- Андрей ФИЛИПЦОВ**, д.е.н., доцент, професор кафедри економічної теорії, УО «Білоруський державний економічний університет», Республіка Білорусь
- Надія ДУБРОВІНА**, PhD, доцент, кафедра економіки і фінансів, Вища школа економіки і менеджменту суспільного управління в Братиславі, Словаччина
- Александр КОВТУНОВ**, к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку, аналізу та аудиту, Білоруський державний аграрний технічний університет, Республіка Білорусь
- Павел ЛЮБЕЦКИЙ**, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу, УО «Білоруська державна сільськогосподарська академія», Республіка Білорусь
- Тетяна НЕСТОРЕНКО**, к.е.н., професор WST, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва і фінансів, Бердянський державний педагогічний університет, Україна
- Юрий ЧЕПЛЯНСКИЙ**, к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та бізнесу, УО «Поліський державний університет», Республіка Білорусь

ПЕРЕЛІК НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ТА
НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ УСТАНОВ, СПІВРОБІТНИКИ
ЯКИХ БЕРУТЬ УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЇ:

- ✓ *Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка*
- ✓ *Бердянський державний педагогічний університет*
- ✓ *Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України*
- ✓ *Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*
- ✓ *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*
- ✓ *Луганський національний аграрний університет*
- ✓ *Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*
- ✓ *Національний університет «Запорізька політехніка»*
- ✓ *Національний університет біоресурсів і природокористування України*
- ✓ *Первомайська філія Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова*
- ✓ *Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди*
- ✓ *Полтавська державна аграрна академія*
- ✓ *Сумський національний аграрний університет*
- ✓ *Уманський національний університет садівництва*
- ✓ *Херсонський державний аграрний університет*
- ✓ *Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут*

СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ: СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Ігнатенко М.М., д.е.н., професор,
Мармуль Л.О., д.е.н., професор,
marmul61@ukr.net*

*Переяслав-Хмельницький державний педагогічний
університет імені Григорія Сковороди*

В сучасних умовах господарювання стратегічне мислення ідентифікується як ефективний підхід до управління організацією в конкурентному середовищі, а сутність самої стратегії визначається з двох концептуальних позицій: філософської та організаційно-управлінської. Стратегія, як система продуманих планомірних дій зорієнтованих на вибір реальних напрямів діяльності організації, формування системи концептуальних пріоритетів прийняття ефективних управлінських рішень щодо набуття ним стійких конкурентних позицій реалізується в її організаційно-управлінській концепції [1, с. 154].

Концепція розвитку аграрних підприємств ґрунтується на розробці стратегії і тактики їх поведінки на ринку. Вона покликана вирішувати наступні завдання: ефективне використання виробничих ресурсів; впровадження нововведень у сфері маркетингу; розробка стратегій спеціалізації, кооперації і інтеграції виробництва; удосконалення логістики; соціальний розвиток трудових колективів; поліпшення кваліфікації працівників; екологічні проблеми; контролінг діяльності підприємств.

Ключове значення в управлінні аграрними підприємствами має здатність системи управління не тільки вирішувати важливі проблеми аграрного сектору, а й згладжувати негативні прояви об'єктивних за характером та специфічних для нього чинників, а саме: протиріччя між економічними інтересами виробників та соціальними

інтересами споживачів сільськогосподарської та продовольчої продукції; неможливість швидкого реагування виробників сільськогосподарської сировини на зміну обсягів попиту споживачів, пов'язаного із сезонністю й тривалістю в часі процесу виробництва; організаційна розрізненість товаровиробників та складність у виробленні спільної позиції у захисті своїх інтересів порівняно із споживачами сільськогосподарської продукції – підприємствами переробної та харчової промисловості; територіальна розосередженість сільськогосподарських виробників, що визначає вплив зональних природно-кліматичних умов на формування виробничо-економічних результатів діяльності; економічна нерівність різних за розмірами сільськогосподарських товаровиробників.

Важливе місце в управлінні аграрними підприємствами посідає виявлення ринкових потреб і наявність власних ресурсів для їх задоволення [2, с. 158]. Тому, перед тим як визначити завдання, необхідно дослідити ринок і скоригувати діяльність відповідно до його потреб. Здатність аграрного підприємства вдало конкурувати на ринку визначатиметься двома основними факторами. Перший полягає в спроможності виявити і врахувати дію конкурентних сил і їх динаміку, а другий передбачає його можливості мобілізувати та управляти ресурсами, необхідними для реалізації обраної конкурентної стратегії.

Важливим стратегічним напрямком функціонування і розвитку аграрних підприємств є їх участь у впровадженні стратегічного управління сільським господарством загалом [3, с. 48]. Для досягнення зазначеного напрямку передбачається реалізація наступних пріоритетних завдань: здійснити перехід на стратегічне управління розвитком сільського господарства на місцевому, регіональному та державному рівнях; визначити цілі та контроль за дотриманням систем ведення сільськогосподарської діяльності, розробленням стратегій, виконанням програм та проектів розвитку.

Також важливо запровадити в практику господарського і державного управління науково обґрунтовані виробничі стандарти належного ведення сільськогосподарської діяльності; здійснити організаційні заходи з розробки місцевих програм розвитку сільського господарства з метою збільшення доходів за рахунок раціонального використання земельних, природно-кліматичних, інших ресурсних і просторових переваг сільських територій з одночасною підтримкою сільського населення [4, с. 165].

Серед очікуваних результатів від реалізації перелічених пріоритетних завдань буде запроваджений механізм стратегічного управління розвитком сільського господарства країни, регулювання обсягів виробництва сільськогосподарської продукції для забезпечення національної продовольчої безпеки, нарощування експортного потенціалу галузі, підвищення соціальної відповідальності аграрних підприємств.

Література:

1. Мармуль Л.О. Роль стратегічного аналізу в управлінні виробничою діяльністю сільськогосподарських підприємств. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2011. Вип. 2, т. 1. С. 152-156.
2. Аранчій В.І., Зоря О.П. Фінансова стратегія у системі управління підприємством. Вісник Полтавської державної аграрної академії. 2010. № 2. С. 156-159.
3. Романюк І.А. Потенціал конкурентоспроможності підприємницької діяльності у галузі сільського зеленого туризму. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. Бердянськ: Видавець Ткачук О.В., 2017. № 1 (37). С. 47-50.
4. Ігнатенко М.М. Становлення стратегічного управління соціальною відповідальністю суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки. Вісник Сумського національного аграрного університету: наук. жур. Серія "Економіка і менеджмент". Вип. 12 (66). Суми: СНАУ. 2015. С. 163-168.

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>Сєвідова І.О.</i> МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕСУ	28
<i>Танклевська Н. С., Вибранський В. В.</i> МАРКЕТИНГ СПОРТИВНОЇ СФЕРИ	31

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. – 16,9. Тираж – 100 прим.

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

м. Харків, вул. Алчевських, 44.