

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ**

МАТЕРІАЛИ

II Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ ТА МАРКЕТИНГУ В
АГРАРНОМУ БІЗНЕСІ»**

05-06 жовтня 2023 року



м. Дніпро - 2023

УДК: 338.43:339.138(082)

Зареєстровано в Українському інституті науково-технічної експертизи та інформації
(*посвідчення №525 від 01 грудня 2022 р.*)

Організатори конференції: Дніпровський державний аграрно-економічний
університет, факультет менеджменту і маркетингу.

Збірник містить матеріали за напрямками:

Секція 1. Інноваційно-інвестиційний розвиток суб'єктів економічної діяльності.

Секція 2. Менеджмент та правове забезпечення діяльності аграрних підприємств.

Секція 3. Впровадження маркетингових інноваційних технологій для антикризового
синергетичного ефекту на ринку.

Секція 4. Публічне управління та регулювання аграрної сфери.

Актуальні проблеми економіки, управління та маркетингу в аграрному бізнесі:
матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Дніпро, 05-06
жовтня 2023 р. Дніпро, ДДАЕУ, 2023. 342 с.

*Роботи друкуються в авторській редакції, мовою оригіналу. Відповідальність за
грамотність, автентичність цитат, достовірність фактів і посилань несуть автори
публікацій.*

© Дніпровський державний аграрно-
економічний університет, 2023

КАРПИК Я.М. Цифровізація економічних процесів	191
КАС'ЯНОВ М.В. Стратегії маркетингової комунікації для позиціонування бренду під час кризи	192
КВАСОВА Л.С. Особливості нейромаркетингу: як покращити взаємодію з клієнтами	194
КИРИЛЕНКО С. В. Новітні інструменти фінансування потреб аграрного сектора	195
КОБЕРНЮК С.О., ГУБКА А.О., ЛАГУТА І.С. Просування в мережі: планування та критерії ефективності	197
КОЛЕСНИКОВ О.О. Маркетинговий підхід до інноваційної діяльності	198
КОЛЕСНИК В.М. Використання BIG DATA та аналітики для антикризового маркетингу	200
КОРОЛЮК Д. Просування сільськогосподарської продукції, як елемент системи комунікативних заходів	201
КОРОТИЧ В.М. Аналіз маркетингових можливостей аграрних підприємств задля удосконалення управління їх діяльністю	202
КОШЕЛЕНКО Е.Ю. Розробка та впровадження збутової політики в аграрному підприємстві	204
КРАВЕЦЬ О.В. Сутність та значення ринкової інфраструктури	205
КРАСНИКОВ Д.О. The essence of foreign economic contracts	206
КРАСНОЩОК О. Оптимізація каналів реалізації сільськогосподарської продукції	207
КРИВКІН Д. Теоретичні засади організації системи маркетингового менеджменту на підприємстві	209
КРИСОВАТИЙ І.А. Innovation parks as a component of innovative enterprise	211
КРЮЧКО Л.В. Сутність маркетингових інновацій в покращенні ринкового стану підприємства	212
КРЮЧКО М. Управління якістю продукції у механізмі забезпечення конкурентоспроможності	213
КУЗНЕЦОВ А.Г. Маркетингові інновації в галузі електронної комерції для подолання економічних труднощів	215
КУРБАЦЬКА Л.М., КАДИРУС І.Г. Кількісні та якісні методи дослідження поведінки споживачів	216
ЛЕВЧЕНКО А.Є. Розвиток екологічного маркетингу в Україні	218
ЛЕГО Я.С. Інноваційні аспекти просування продукції підприємства	220
ЛЄМЕШКО А.Д. Нові тенденції у рекламних стратегіях для бізнесу у період 2020-2022 років	221
ЛИМАР А.М. Комплексний підхід до управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств	223

Цю частину зарплати формує йому трудовий колектив. Тобто маркетолог, застосовуючи на підприємстві свої підприємницькі здібності, віддає результати своєї праці колективу, а працю маркетолога доцільно оцінити у вигляді премії.

Література:

1. [Карасьова М. О.](#) Сучасні проблеми збутової діяльності в Україні [Електронний ресурс] / М. О. Карасьова, О. В. Долгальова // [Збірник наукових праць Донбаської національної академії будівництва і архітектури](#). - 2019. - № 2. - С. 111-116.
2. [Лісовська В. П.](#) Моделювання збуту підприємства залежно від дії реклами [Електронний ресурс] / В.П. Лісовська, М. С. Островська // [Моделювання та інформаційні системи в економіці](#). - 2017. - № 93. - С. 204-212. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mise_2017_93_16

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Кравець О.В., старший викладач

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Останнім часом економічні відносини, сформовані в умовах невизначеності і нестабільності економічного середовища, вимагають високоєфективних засобів та методів управління господарською діяльністю. Функціонування і дієздатність усіх елементів ринкової інфраструктури є важливою та необхідною умовою реальної трансформації економіки України у ринкову [2].

В будь-якій країні розвиток ринкової системи та взаємовідносини між ринковими партнерами значно впливають на забезпечення населення широким спектром товарів і послуг, ступінь задоволення ринкового попиту та, як результат, суспільний добробут. Від того в якій мірі узгоджена діяльність суб'єктів на ринку залежить також успіх підприємництва у будь-якій сфері, в тому числі виробничій.

В ринкових умовах ефективність функціонування підприємств значною мірою визначається роботою інфраструктури товарного ринку і формуванням оптимальної поведінки на товарному ринку підприємств, зокрема щодо вибору видів транспорту, постачальників, посередників, формування системи розподілу продукції.

Можливість визначення правильної поведінки на товарному ринку залежить від наявних знань щодо особливостей діяльності різновидів кожного з елементів інфраструктури товарного ринку, можливих варіантів умов угоди з ними, теоретичних основ діяльності сучасних елементів інфраструктури товарного ринку [3].

Інфраструктура ринку – це система установ, підприємств, організацій і служб, які забезпечують рух товарів і послуг, грошей, цінних паперів, робочої сили. До неї належать аукціони, різні види бірж, ярмарки, торгові палати, банки та інші фінансові установи, страхові та інвестиційні компанії, пункти прокату та лізингу, інформаційно-комерційні та постачальницько-збутові організації, служби зайнятості, аудиторські організації, центри маркетингу, холдингові компанії, брокерські та дилерські контори, транспортні комунікації та засоби оперативного зв'язку, рекламні агентства та ін. Тобто, ринкова інфраструктура – це сукупність різних інститутів ринку, що обслуговують і створюють сприятливі умови для ефективного функціонування різних видів ринків [1].

Раніше інфраструктура розглядалась як підпорядковане, обслуговуюче утворення, покликане забезпечувати ефективне ведення військових дій, а у мирний час – підтримувати обороноздатність держави. Згодом таке тлумачення «перейшло» і на національне господарство в цілому і почало трактуватись як комплекс видів діяльності, покликаних обслуговувати промислове і сільськогосподарське виробництво, тобто базові сфери економіки. З розвитком економіки та накопиченням досвіду господарювання ринкових

суб'єктів різних її сфер було встановлено: чим вищим є рівень розвитку інфраструктури, тим швидше і в більшому обсязі надходять інвестиції, інтенсифікується використання робочої сили, прискорюється економічний розвиток, зростає рівень життя населення; і навпаки, чим нижчим є рівень розвитку інфраструктури, тим повільніше або з великими витратами розвивається виробництво, знижується добробут [2].

Ринкова інфраструктура об'єднує всі галузі економіки, сприяє їх стабілізації і збалансованому розвитку, впливає на підвищення ефективності процесів товарного і грошового обігу, надання суб'єктам господарювання комплексу ринкових послуг, які створюють сприятливі умови для розвитку бізнесу.

В країнах розвинутою економікою держава приділяє особливу увагу розвитку ринкової інфраструктури, свідомо інвестуючи кошти в інфраструктуру, оскільки ці інвестиції створюють «невідчутні вигоди, від яких можна чекати грошових прибутків для приватних інвесторів, бо масштаби деяких з них дуже великі для обмежених ринків приватного капіталу, а інші скуповуватимуться протягом надто тривалого терміну, щоб приватні інвестори дуже ними цікавилися». За таких умов постає питання доцільності державного регулювання розвитку ринкової інфраструктури з врахуванням пріоритетів розвитку економіки, зокрема, ступеня державного втручання у її функціонування [3].

Оцінюючи теперішній стан справ, бачимо, що сьогоденний рівень розвитку вітчизняної економіки потребує певного втручання держави в її роботу.

Отже, виходячи з реалій сьогодення, можна стверджувати, що держава повинна відігравати значну роль в забезпеченні ефективного управління і використання ринкової інфраструктури та функціонування окремих її елементів чи об'єктів. Така практика виконання державою функцій регулятора розвитку ринкової інфраструктури є нормою для багатьох держав з розвинутою економікою.

Таким чином, інфраструктура ринку сьогодні є визначальним фактором забезпечення ефективного розвитку як економіки держави, так і виробничої сфери, зокрема. Від ступеня її розвитку залежать інвестиційна привабливість регіонів, виробництв та ринкових суб'єктів, темпи розвитку суспільного виробництва.

Література:

1. Інфраструктура товарного ринку.— Режим доступу : <https://pns.hneu.edu.ua/mod/assign/view.php?id=263847>.
2. Коваленко М.Є. Концепція інфраструктури у фінансовому секторі економіки. - Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/1289/1/16.34.pdf>
3. Рекуненко І.І. Інфраструктура ринку: елементи та значення в ринковій економіці / І.І. Рекуненко. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Efp/

THE ESSENCE OF FOREIGN ECONOMIC CONTRACTS

*Красніков Д.О., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії
Науковий керівник: Панасюк В.М., д.е.н., професор
Західноукраїнський національний університет*

Foreign economic contracts are documents or agreements between subjects of different countries that regulate trade or economic relations between them. The essence of foreign economic contracts consists in the following aspects:

agreement of conditions. Foreign economic contracts establish the terms of cooperation and trade between the parties, such as prices, quantity, quality of goods or services, delivery terms, payment terms and other important parameters;