

Міністерство освіти і науки України
Державна вища професійна школа в Конені (Польща)
Уманський національний університет садівництва
Факультет економіки і підприємництва
Львівський національний аграрний університет
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

*Матеріали XV Всеукраїнської наукової конференції за
міжнародною участю*



УМАНЬ 2023

**УДК 330(063)
А43**

Рекомендовано до друку вченою радою Уманського національного університету садівництва, протокол №2 від 16.11.2023 року

Редакційна колегія:

О. О. Непочатенко – доктор економічних наук (відповідальний редактор);
Ю. О. Нестерчук – доктор економічних наук (заступник відповідального редактора);
Л. Ю. Мельник – доктор економічних наук;
С. Ю. Соколюк – доктор економічних наук;
О. Г. Пенькова – доктор економічних наук;
Р. П. Мудрак – доктор економічних наук;
О. Т. Прокопчук – доктор економічних наук;
Р.І. Ліщук – кандидат технічних наук
Ю. В. Улянич – кандидат економічних наук (відповідальний секретар).

*Автори вміщених матеріалів висловлюють свою думку,
яка не завжди збігається з позицією редакції.*

А43 Актуальні питання сучасної економіки: матеріали XV Всеукраїнської наукової конференції за міжнародною участю, 15 листопада 2023р. – Умань :УНУС. 2023. 320с.

Збірник містить доповіді студентів, викладачів та вчених, які були розглянуті на XV Всеукраїнській науковій конференції «Актуальні питання сучасної економіки» за міжнародною участю, що відбулася 15 листопада 2023 року в м. Умань. У наукових матеріалах висвітлюється широкий спектр фінансово-економічних питань сучасної економіки.

Розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, наукових співробітників та фахівців, які займаються питаннями розвитку економіки.

УДК 330(063)

**©Уманський національний
університет садівництва, 2023**

ЄС як інструмент забезпечення стійкості економіки України : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 25-26 листопада 2021 р. : у 2-х ч. Ч. 1. – Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2021. – С. 32-35.

6. Posokhov I. M. The improvement of approaches to the classification of risks of industrial enterprises / I. M. Посохов, U. V. Zhadan // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2016. – № 4. – С.285-300.

7. Посохов І.М. Розвиток економічного змісту категорії «корпорація» / І.М. Посохов // Вісник економіки транспорту і промисловості : зб. наук.-практ. статей. – 2012. – № 38. – С. 281-287.

8. Посохов І.М., Сущенко Д.С. Маркетинг інновацій, як інструмент успішного бізнесу в умовах глобалізації. Marketing of innovations. Innovations in marketing (2022). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2022). Bielsko-Biala: WSEH. / Маркетинг інновацій. Інновації у маркетингу (16 грудня 2022 року). м. Бельсько-Бяла: Вища економіко-гуманітарна школа (WSEH), Польща. – 2022. – 305 с. (с. 16-20).

Роль маркетингу в підприємницькій діяльності

Семенда Д.К., к.е.н., професор

Семенда О.В., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Маркетинг є основою будь-якої підприємницької діяльності: від створення пізнаваності бренду до залучення потенційних клієнтів і продажів. Розуміння основ маркетингу в підприємстві має вирішальне значення для успіху будь-якого бізнесу. Маркетинг - це процес просування та продажу продуктів або послуг різними каналами і для підприємців важливо мати базове розуміння того, як це працює. Розуміючи основи маркетингу, підприємці можуть приймати обґрунтовані рішення про те, як просувати свої продукти чи послуги та ефективно охоплювати цільову аудиторію. Також важливо розуміти основи брендингу та те, як створити сильний імідж бренду, який резонує з клієнтами. Тому глибоке розуміння маркетингу є основою будь-якого успішного підприємницького починання.

Підвищення пізнаваності бренду є важливим аспектом маркетингу в підприємстві. Це стосується процесу інформування потенційних клієнтів про бренд, продукти чи послуги. Існує багато способів підвищити пізнаваність бренду - реклама, контент-маркетинг, соціальні мережі, зв'язки з громадськістю та ін. Важливо знайти канали, які найкраще підходять для певного бізнесу і просувати свій бренд через ці канали, щоб підвищити видимість. Створення сильного іміджу бренду також може допомогти виділити бізнес серед конкурентів і створити унікальну ідентичність на ринку [1].

Залучення потенційних клієнтів і збільшення продажів є важливим аспектом маркетингу в підприємстві. Це стосується процесу залучення

споживачів і перетворення їх на покупців. Метою залучення клієнтів і продажів є збільшення доходів і розвиток бізнесу. Способами залучення споживачів є реклама, контент-маркетинг, маркетинг електронною поштою та соціальні мережі. Ефективне залучення клієнтів також передбачає створення привабливих пропозицій і закликів до дії, щоб заохотити споживачів до здійснення покупки [2].

Створення маркетингової стратегії є важливим кроком у маркетинговому процесі для будь-якого підприємницького починання. Маркетингова стратегія - це план, який визначає, як буде просуватися продукт чи послуга споживачу. Процес створення маркетингової стратегії включає дослідження цільової аудиторії, конкурентів і визначення унікальної торгової пропозиції. На основі цієї інформації можна розробити план охоплення цільової аудиторії, включно з тим, які канали будуть використовуватися, зміст повідомлення та як буде вимірюватися успіх. Маркетингова стратегія також повинна включати бюджет і графік виконання маркетингового плану. Важливо регулярно переглядати та за потреби коригувати маркетингову стратегію, виходячи зі змін у бізнесі, ринкових умов або поведінки споживачів [3].

Використання інструментів цифрового маркетингу є важливим аспектом в сучасну цифрову епоху. Цифровий маркетинг стосується просування продуктів або послуг через цифрові канали, такі як веб-сайти, соціальні мережі, електронна пошта та мобільні додатки. Існує багато інструментів цифрового маркетингу, які допомагають підприємцям охопити цільову аудиторію, включаючи платформи соціальних мереж, програмне забезпечення електронного маркетингу, інструменти аналітики, рекламні платформи. Використовуючи ці інструменти, підприємці можуть ефективно охоплювати свою цільову аудиторію, відстежувати успіх своїх маркетингових зусиль і на основі зібраних даних приймати рішення для покращення маркетингової стратегії. Важливо знайти інструменти цифрового маркетингу, які найкраще підходять для того чи іншого бізнесу, а також регулярно оцінювати та коригувати використання цих інструментів [4].

Вимірювання успіху маркетингових зусиль є вирішальним аспектом маркетингу в підприємстві. Це стосується процесу оцінки ефективності маркетингової діяльності та визначення рентабельності маркетингових зусиль, це допоможе зрозуміти, що працює добре, а що потрібно покращити. Для вимірювання успіху маркетингових зусиль, зокрема відвідуваність веб-сайту, залучення потенційних клієнтів, коефіцієнт конверсії та залучення клієнтів, необхідно вибрати показники, які найбільше відповідають бізнес-цілям і маркетинговим цілям, а також регулярно відстежувати та аналізувати ці показники, щоб зрозуміти стан маркетингової діяльності.

Адаптація до змін ринкових тенденцій є вирішальним аспектом маркетингу в підприємстві. Бізнес-ландшафт постійно розвивається і для підприємців важливо залишатися попереду та реагувати на зміни на ринку, щоб залишатися конкурентоспроможними. Це означає бути в курсі галузевих

тенденцій, розуміти мінливі потреби та вподобання цільової аудиторії та бути проактивним у коригуванні маркетингової стратегії відповідно до цих змін. Оскільки все більше людей звертаються до онлайн-каналів для покупок та отримання інформації, для компаній стає все важливішим мати сильну присутність в Інтернеті та інвестувати в інструменти цифрового маркетингу. Слідкуючи за ринковими тенденціями та відповідним чином адаптуючи свою маркетингову стратегію, можна переконатися, що маркетингові зусилля залишатимуться ефективними та актуальними для досягнення маркетингових цілей.

Дослідження ринку є важливим компонентом маркетингу в підприємстві і це важливо для прийняття обґрунтованих рішень і досягнення успіху в діловому світі. Дослідження ринку відноситься до процесу збору та аналізу інформації про споживачів, конкурентів. Ця інформація може допомогти краще зрозуміти потреби та вподобання цільової аудиторії, визначити сфери можливостей на ринку. Проводячи дослідження ринку, підприємці можуть зменшити ризик невдачі та збільшити шанси на успіх свого бізнесу.

Отже, маркетинг відіграє вирішальну роль у підприємницькій діяльності та має важливе значення. Маркетинг є ключовим компонентом підприємництва та необхідним для досягнення успіху та зростання в діловому світі.

Список використаних джерел

1. Янковець Т., Медведєва К. Цифровий брендинг підприємства у комплексі маркетингових комунікацій. SCIENTIA FRUCTUOSA. 2022. № 4. С.72-83.

2. UC.Market (2023) Залучення клієнтів: способи, стратегії та інструменти, що стануть у пригоді. <https://blog.youcontrol.market/zaluchiennia-kliientiv-sposobi-strategieyi-ta-instrumenti-shcho-stanut-u-prighodi/>

3. Семенда О.В. Маркетингова стратегія підприємства на основі аналізу поведінки споживачів. Scientific Collection «InterConf», (95): with the Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference «Scientific Goals and Purposes in XXI Century» (January 19-20, 2022). Seattle, USA: ProQuest LLC, 2022. 915 p. P.114-119. DOI 10.51582/interconf.19-20.01.2022.010

4. Семенда О.В., Корман І.І. Роль digital-маркетингу для розвитку підприємництва. Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс]: Зб. матеріалів VIII Міжнар. наук.-практ. конференції. К.: КНЕУ, 2023. 478с. С.305-309. <https://lib.udau.edu.ua/items/ad7aad38-1c80-4020-a1cc-18bc25827e6a>