

АСПЕКТИ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

МАТЕРІАЛИ ХVІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
25 ТРАВНЯ 2023 Р.



УДК 330(063)

A90

Рекомендовано до друку вченою радою Уманського національного університету садівництва (протокол №7 від 27.06.2023 року)

Редакційна колегія:

О. О. Непочатенко – доктор економічних наук (відповідальний редактор);
Ю. О. Нестерчук – доктор економічних наук (заступник відповідального редактора);
Paweł Kaczmarczyk – PhD, the Dean of the Faculty of Social Sciences the Mazovian Academy in Plock, Poland;
Vitalii Rybchak – Associate Professor, Ignacy Mościcki University of Applied Sciences in Ciechanów, faculty of Engineering and Economics, department of Economics and Management, Poland
М.І. Мальований – доктор економічних наук;
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;
Ю. В. Улянич – кандидат економічних наук (відповідальний секретар).

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

A90 **Аспекти** стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції. 25 травня 2023 р. Умань : 2023. 116с.

ISBN 978-966-304-263-3

Збірник містить доповіді викладачів та вчених, які були розглянуті на XVIII Міжнародній науково-практичній конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки», що відбулася 25 травня 2023 року в м. Умань. У наукових матеріалах висвітлюються питання стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин.

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

УДК 330(063)

ISBN 978-966-304-263-3

©Уманський національний
університет садівництва, 2023

МОЖЛИВОСТІ ПІДТРИМКИ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ

Семенда Д.К., к.е.н., професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

**Семенда О.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Уманський національний університет садівництва**

В сучасних умовах можна спостерігати різноманітний асортимент продукції агропромислового комплексу, який пропонується для споживачів. Необхідно знати ключові характеристики її якості. Як основний метод дослідження пропонується застосовувати порівняльний аналіз даних, пов'язаних із продукцією агропромислових комплексів. З урахуванням ринкових умов процеси зростання конкурентоспроможності продукції агропромислового комплексу можна розглядати як важливі маркетингові завдання підприємств. Це пов'язано з тим, що в такій комплексній категорії можна спостерігати процеси поєднання та фокусування за основними виробничими, комерційними, соціально-економічними та фінансовими результатами діяльності, а також характеристики якості колективної праці [1].

Конкурентоспроможність продукції в агропромисловому комплексі має зв'язок із комплексною характеристикою товарів. Важливо враховувати, що вона визначатиме їхню перевагу всередині ринків, якщо порівнювати з тим, які аналогічні вироби конкурентів. Враховуються як ступені відповідності конкретних суспільних потреб, так і те, які будуть витрати з їх задоволення. Тоді це забезпечуватиме можливості, пов'язані з реалізацією подібної продукції до певного моменту часу з урахуванням розгляду відповідних ринків [2].

Конкурентоспроможність продукції агропромислового комплексу в маркетингу розглядається як складна категорія. Вона формується з урахуванням сукупності елементів, серед яких досить важливий - це якість. Ключовий закон у бізнесі, якщо розглядати якість, свідчить про те, що якщо споживачі вважають, певну продукцію поганою якістю, вона справді має погану якість, навіть якщо спостерігається відповідність специфікаціям і це підтверджується проведеною інспекцією. Орієнтуючись на такий неписаний закон, деякі компанії прагнуть до того, щоб було створення рівня якості продукції з орієнтацією на інтереси різних споживачів. З іншого боку, деякі з керівників і фахівців не прагнуть до використання стратегічного мислення, вони не можуть відповідним чином прийняти нові концепції та способи, пов'язані із забезпеченням якості. Вони не завжди розуміють, що в умовах ринку проблеми якості мають розглядатися у вигляді першочергових, при цьому помилково вважають, що поліпшення якості спричинятиме лише додаткові витрати. Що раніше приходитиме розуміння того, що при розв'язанні проблем покращення якості здійснюватиметься зростання ефективності виробництва і конкурентоспроможність у рамках агропромислового комплексу, то кращим і надійнішим буде забезпечення стійкості агропромислової компанії для умов конкуренції в майбутньому [3].

За наявних умов можна розглядати передумови, які ставлять агропромислові компанії перед необхідністю вирішення проблем якості. Умовно їх можна поділити на внутрішні і зовнішні передумови [4]. Внутрішні стосуються розвитку ринкових відносин, насичення внутрішнього ринку, що рано чи пізно вимагатиме підпорядкувати якості управління виробництвом на агропромислових підприємствах, які змушені будуть проводити пошук ефективних форм розв'язання проблем якості та неминуче

доходитимуть висновків стосовно того, що необхідно створювати ефективно діючу і таку, яка відповідатиме світовому рівню, систему управління якістю агропромислової продукції. Зовнішні передумови пов'язані з тим, що існує міжнародне співробітництво і насамперед, це стосується забезпечення систем якості продукції. Ґрунтуючись на світовому досвіді, ефективним засобом успішного розв'язання проблеми якості агропромислових товарів є реалізація положень, що пов'язані з міжнародними стандартами ІСО серії 9000.

Список використаних джерел:

1. Міненко С. І., Миколенко І. Г. Організаційні засади формування стратегій підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет. 2022. Том 7. № 2. С. 38-45.

2. Матросова Л.М. Проблеми розвитку агропромислового комплексу України як напрям підвищення конкурентоспроможності економіки. *Інфраструктура ринку*. 2020. №42. С. 83-90

3. Павлова О., Павлов К., Омельчук Б., Кучерява О. Формування системи управління якістю як чинника конкурентоспроможності продукції підприємств аграрної галузі. *Innovation and Sustainability*. 2022. №4. С.193–201. <https://doi.org/10.31649/ins.2022.4.193.201>

4. Сітковська А.О., Дзіргун І.І. Забезпечення конкурентних переваг агропромислових підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. №11. <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/1538>

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ НА РИНКУ РІЕЛТОРСЬКИХ ПОСЛУГ

Харенко А.О., к.е.н.

Уманський національний університет садівництва

До початку 2022 року в Україні спостерігався динамічний розвиток ринку нерухомості, що сприяло розвитку маркетингових технологій просування продукції/послуг на ньому. Його подальша трансформація під впливом російської агресії вимагає від профільних агенцій проактивних маркетингових зусиль з метою досягнення намічених ними економічних цілей. Ключового значення за таких умов набула комунікаційна складова в їх діяльності, що обумовлено як особливостями галузі так і специфікою роботи з потенційними клієнтами.

В практичній діяльності задіюється об'єктна реклама або реклама послуг агенції, а також їх поєднання. В першому випадку поширюються відомості стосовно конкретного об'єкту нерухомості, а в другому – набору послуг пов'язаних з купівлею/продажем/орендою, що надаються ріелторською фірмою.

В своїй роботі ріелтори використовують як традиційні так і відносно нові канали поширення інформації та підходи до її подання. До перших відносяться засоби масової інформації, зовнішні носії реклами. Географія їх використання, в основному, обмежується регіоном де розташована агенція. Вони покликані забезпечити максимальне охоплення цільової аудиторії і, як правило, спрямовані на об'єкти житлової нерухомості. Для роботи в бізнес-сегменті базовим інструментом виступає direct-mail. До другої групи відносяться канали комунікації, що з'явилися завдяки розвитку онлайн-простору (корпоративний сайт, сервіс Google «Мій бізнес», соціальні мережі, тематичні