

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

# Досягнення та план розвитку гуртка «Маркетинг»



*«Люди купують не те, що Ви створюєте, а те, чому Ви це створюєте» – Simon Sinek.*



# АКТУАЛЬНІСТЬ



*Дослідження нових напрямків у розвитку маркетингу*



*Набуття навичок працювати онлайн*



*Підвищення конкурентоспроможності випускників на ринку праці*



*Вдосконалення набутих знань*

# МЕТА ГУРТКА



*Креативний підхід до  
вирішення завдань*



*Вдосконалення наукового і  
творчого мислення*



# ЗАВДАННЯ ГУРТКА

організація науково-дослідної та винахідницької діяльності

створення умов для розкриття наукового та творчого потенціалу студентів

залучення студентів до участі у наукових конференціях, семінарах та круглих столах

розвиток взаємовідносин з організаціями та об'єднаннями в Україні та за її межами

сприяння формуванню високих моральних принципів та розширенню світогляду студентської молоді



# НАШІ ДОСЯГНЕННЯ

*Відвідання спеціалізованих виставок та форумів*

*Виступи на конференціях*

*Написання тез доповідей та статей з викладачами кафедри*

*Відвідання лекцій провідних фахівців галузі*

*Обмін досвідом із студентами-іноземцями*

*Участь у Всеукраїнській олімпіаді з маркетингу серед студентів ВНЗ*

*Співпраця з колишніми випускниками кафедри*

*Розробка дослідницьких проектів*

*Участь у студентських конкурсах*



# ВІДВІДАННЯ ВИСТАВОК ТА ФОРУМІВ

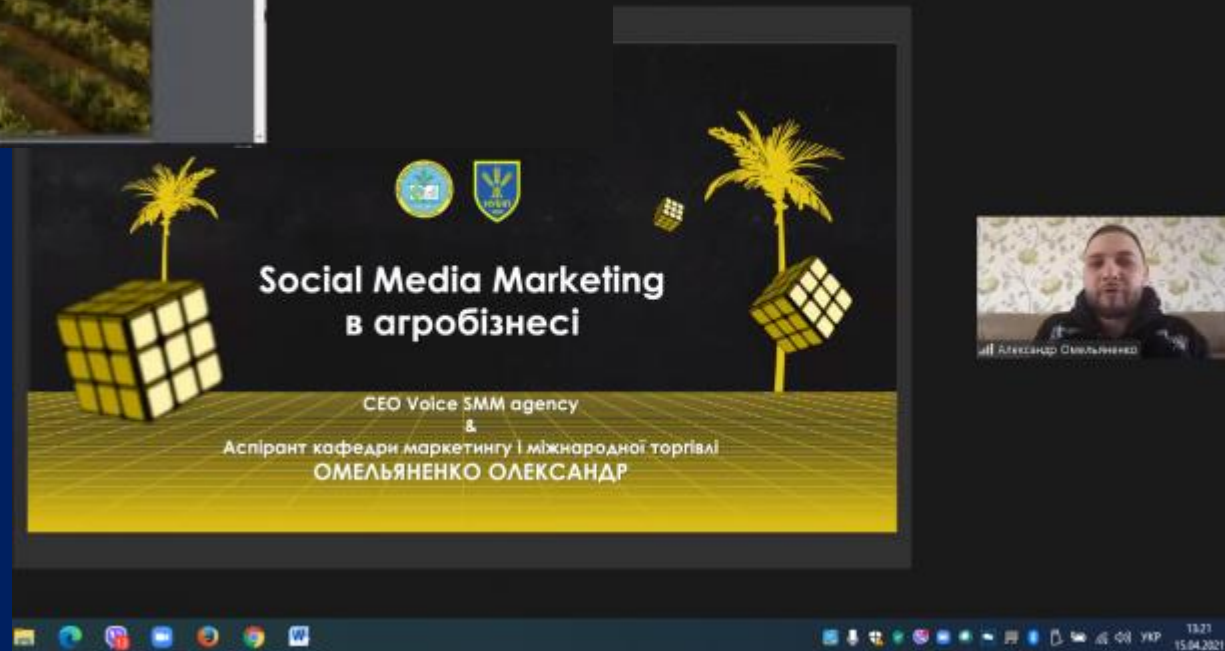
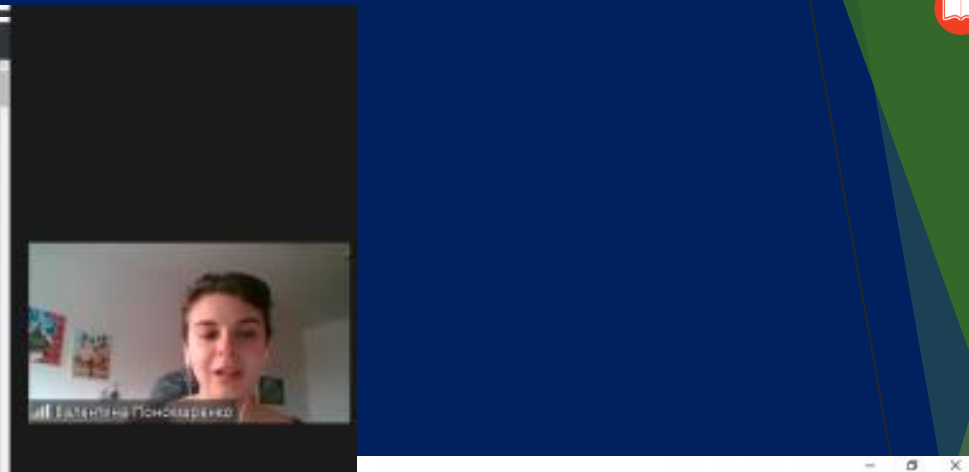
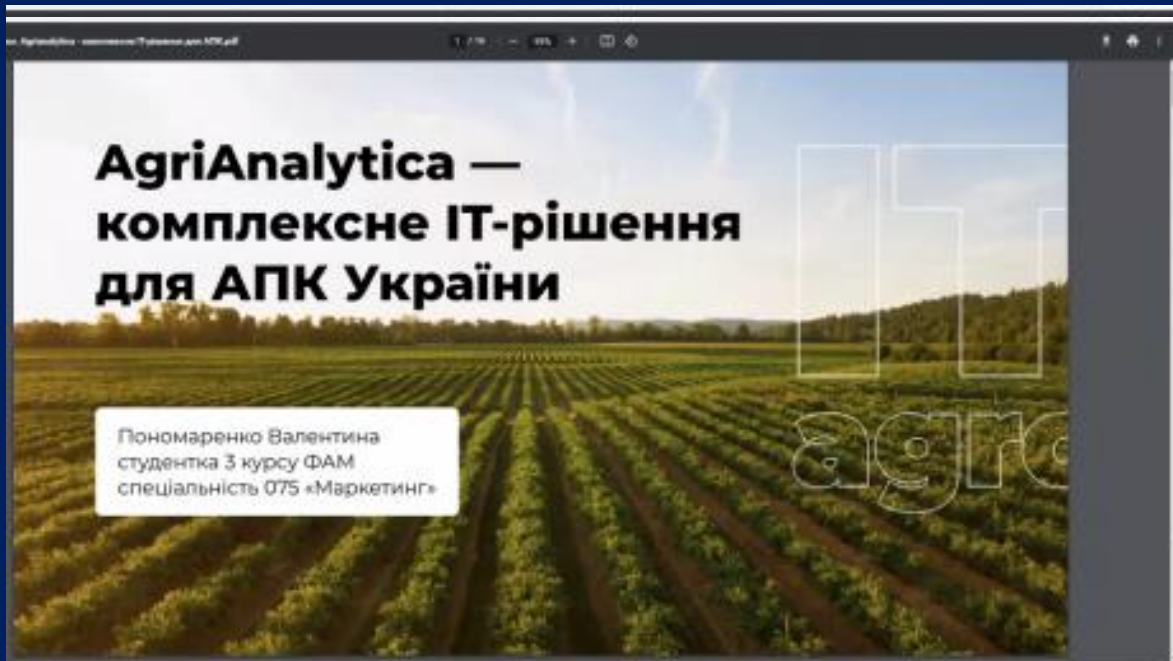


*Відвідування Міжнародної виставки  
реклами REX: Презавантаження ринку!  
Виставковий центр «КиївЕкспоПлаза»  
Київ, 21 - 23 вересня 2020 року.*



*Відвідування виставки франчайзингу  
18 березня 2021 року, яка пройшла у  
Виставковому центрі  
«КиївЕкспоПлаза»*

# УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЯХ



Участь маркетологів у II Міжнародній науково-практична он-лайн конференції «Маркетинг та логістика в агробізнесі»: сучасність та майбутнє маркетингу, яку проводила кафедра Маркетингу та міжнародної торгівлі НУБіП України

# УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЯХ



## Діджитал-маркетинг в еру покоління Z

ПОНОМАРЕНКО В. В.,  
студентка Національного  
університету біоресурсів  
і природокористування України  
Науковий керівник:  
ГЕРАЙМОВИЧ В. Л.

## Розвиток Інтернет-індустрії

93,4%  
населення користуються  
Інтернетом

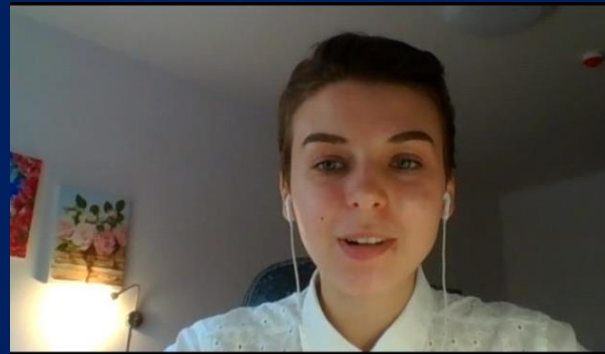
≈ 40,9  
мільйонів людей

5,6%  
усіх Інтернет-користувачів Європи

Топ-10 країн Європи за кількістю  
користувачів Інтернету у 2019 році



Яскравим прикладом наукової роботи студентів спеціальності «Маркетинг» є їх участь у II Міжнародній науковій студентській конференції «Молодь і науковий прогрес у соціально-економічному та освітньому просторі суспільства», яка проходила 12-13 листопада 2020 р. в м. Кам'янець-Подільський.





# УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЯХ





## Приклади сертифікатів наших маркетологів



# ТЕЗИ СТУДЕНТІВ



Національний університет біоресурсів і природокористування України	
 	
МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА В АГРОБІЗНЕСІ	
ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ	
II МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ	
15 квітня 2021 року	
м. Київ	Київ

Гарматюк О.В., Подвірк С.М. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ	49
Годованок А.В., Шкельська Н.В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ	52
Гуменюк А.В. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ	54
Драгалева Н.І. ВПЛИВ ДИЦІТАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ВІПЧИЗНЯНОЇ ЛОГІСТИКИ	56
Жук О.І. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ АГРОМАРКЕТИНГУ	57
Закарчук О.В. РИНОК КОНДИЦІЙНОГО НАСІННЯ ОЗИМОЇ ПШЕНИЦІ ПІД УРОЖАЙ 2021 РОКУ	59
Збарська А.В. ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕСУ	62
Резнік Н.П., Гуменюк І.Р. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ КОСМЕТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	91
Пилипчук В.П. МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНОСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	94
Рабочий А.В. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	96
Слободянюк А.М., Мельничук Г.И. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ПРОДУКТІВ НА АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	98
Тяпчик А.О. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ «БЕЗКОНТАКТНОЇ» ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДНОСИНИ	100
Яшица А.В., Халасюк В.І., Жалтарава Л.Г. РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНО ОРІЄНТОВАНОГО ПІДПРИЄМЦТВА ТА МАРКЕТИНГУ	102

Шиманська Юлія Павлівна

Студентка 4 курсу спеціальності «Маркетинг», ФАМ

(Науковий керівник: к.е.н, доцент Ніколаєвська В.В.)

Національний університет біоресурсів і природокористування України

м. Київ

Україна

## «СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВИХ БРЕНДІВ»

У сучасному суспільстві кардинально змінюються взаємовідносини суб'єктів ринку. Посилюється роль споживачів в системі ринкових відносин і активізувалося тиск з боку приватних марок торгових посередників. Домінування споживачів в системі ринкових відносин змінює пріоритети

Новікова Софія Михайлівна

Студентка 1 курсу спеціальності «Маркетинг», ФАМ

(Науковий керівник: к.е.н, доцент Ніколаєвська В.В.)

Національний університет біоресурсів і природокористування України

м. Київ

Україна

## «ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ»

Інноваційна діяльність підприємства являє собою комплексний процес створення, використання і розповсюдження нововведень з метою отримання конкурентних переваг та збільшення прибутковості свого виробництва. В ринковій економіці інноваційна діяльність підприємств – один із найсуттєвіших вагомих чинників, які дозволяють підприємству посідати стійкі ринкові позиції і отримувати перевагу над конкурентами в тій галузі, яка є сферою комерційних інтересів даного підприємства [3].

В якості основних визначень поняття «інновації» можна виділити:

– визначення, що належить Й. Шумпетеру: «Інновація – це вироблений підприємством новий товар або послуга, або використання методів або засобів,

# СТАТТІ У ФАХОВИХ ВИДАННЯХ



## БІОЕКОНОМІКА ТА АГРАРНИЙ БІЗНЕС

### ПРО ЦИХ АВТОРІВ

О. Четверик  
Національний  
університет біоресурсів і  
природокористування  
України

Н. Кравчук  
Національний  
університет біоресурсів і  
природокористування  
України

### OPEN JOURNAL SYSTEMS

Домашня

### ІНФОРМАЦІЯ

Для читачів  
Для авторів  
Для бібліотек

### Платіжні авторів

Цей журнал бере з  
авторів плату за  
наступні послуги.

Публікація однієї  
статті становить:  
50,00 (UAH).

Окрім того  
оплачується  
надання цифрового  
ідентифікатора DOI  
200 (UAH) за статтю.

Якщо робота буде  
прийнята до  
публікації, Вам буде  
необхідно  
перекласти  
журналу Плату за  
публікацію статті  
для компенсації  
витрат на видання.

Якщо ви не маєте  
коштів на оплату  
публікації, Ви  
можете звернутися  
з проханням про  
виплату з платіж.  
Ми не хочемо, щоб  
платя ставала  
перешкодою для  
публікації якісних  
наукових робіт.

### Реквізити

Одержувач: Національний  
університет  
біоресурсів і  
природокористування  
України

Адреса: м.Київ, вул.  
Героїв Оборони, 13

IBAN:

UA0402021700121100120

Банк: ДКСУ, м. Київ

ЄДРПОУ 00493706

ПІН 00493726501

### ДОМАШНЯ СТОРІНКА

ВОНУК ПОТОЧНИЙ ВІВІУСК АРХІВІ АНОНСИ  
СТАТИСТИКА РЕДАКЦІЯ ПАМ'ЯТКА ДЛЯ АВТОРІВ СТАТЕЙ

Домашня сторінка > Том 11, № 1 (2020) > Chetveryk

## ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ УСТРИЦЬ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ

DOI: <http://dx.doi.org/10.31548/bioeconomy2020.01.098>

O. Chetveryk, N. Kravchuk



### АНОТАЦІЯ

У статті проведено маркетингове дослідження ринку устриць в Україні та світі, проаналізовано сучасний стан та перспективи подальшого розвитку ринку устриць в Україні. Розглянуто можливість розвитку ринку устриць та підприємств галузі устрицівництва за умов використання маркетингу.

Результати дослідження дозволяють стверджувати, що рибне господарство в Україні є перспективним напрямом агропромислового виробництва, яке забезпечує населення цінними продуктами харчування та сприяє зростанню зайнятості населення. Проведення маркетингового дослідження будувалося на аналізі обсягів пропозиції устриць у світі та України, обсягів попиту на внутрішньому ринку України, характеристик діяльності основних товаровиробників устриць. Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що країнами-лідерами у виробованні устриць є Китай, Японія, США. Дослідження динаміки обсягів виробництва устриць у світі показало постійне їх зростання, і у 2018р отримано 4,7 млн. тонн устриць.

Пропозиція на внутрішньому ринку устриць в Україні складається з імпорту та безпосереднього внутрішнього виробництва: 90 % - це імпорт, 10% - внутрішнє виробництво. Обсяг імпорту устриць в Україні скоротився з 9,5 млн. дол. до 2,98 млн. дол., проте все ще займає леву частку. Найбільшими вітчизняними товаровиробниками устриць є такі компанії як ТОВ «Славо» (38 %), ТОВ «Одіссей» (20%), ТОВ «Океан» (13%), компанія «Трітон-черномор» (11%). Незважаючи на наявність імпорту та незначного внутрішнього виробництва обсяг споживання устриць в Україні все ще залишається на низькому рівні – 0,9 кг на особу в рік. Стабільно низький попит на морепродукти та устриць окрема пов'язані зі стабільним погіршенням економічного становища та низькою купівельною спроможністю населення.

Перспективою перспективного розвитку ринку устриць та підприємств з культивування устриць є використання маркетингу як традиційного, так і елементів когнітивного.

### ПОВНИЙ ТЕКСТ

### РОЗМІР ШРИФТА

А А А

МОВА

Вибірть мову

Українська

Відправити

КОНСТРУВАЧ

Ім'я користувача

Пароль

Замовити мене

Увійти

### СПОВІЩЕННЯ

Допити

Перезавантажити

### Пам'ятка для авторів статей

Інструкція для реєстрації користувача

Робота рецензента

Форма реценсії

Приклад оформлення бібліографічного опису

Перелік журналів, що входять до наукометричних баз:

- Scopus (Україна, Білорусь, Польща, Росія);

- Index Copernicus;

- Web of Science (гуманітарні науки, природничі науки, суспільні науки);

Алгоритм пошуку і розрахунку наукометричного показника:

- Scopus;

- Publish or Perish;

- Google Scholar;

- SJIF-індекс журналу;

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

УДК 658.8:005.52:639.411

<http://doi.org/10.31548/bioeconomy2020.01.093>

## ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ УСТРИЦЬ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ



**О. В. ЧЕТВЕРИК**, кандидат економічних наук, доцент  
кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі  
Національний університет біоресурсів  
та природокористування України  
ORCID 0000-0001-7573-0874  
E-mail: [ChetverykOlena@gmail.com](mailto:ChetverykOlena@gmail.com)



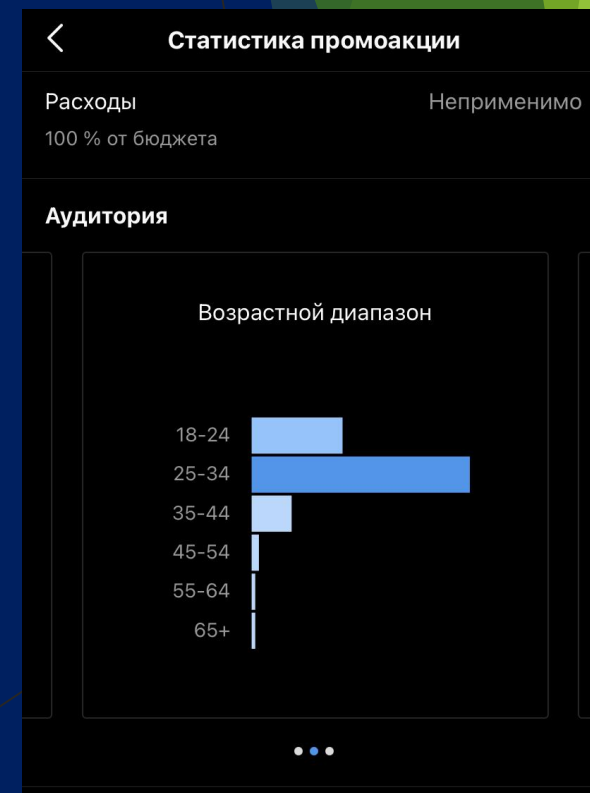
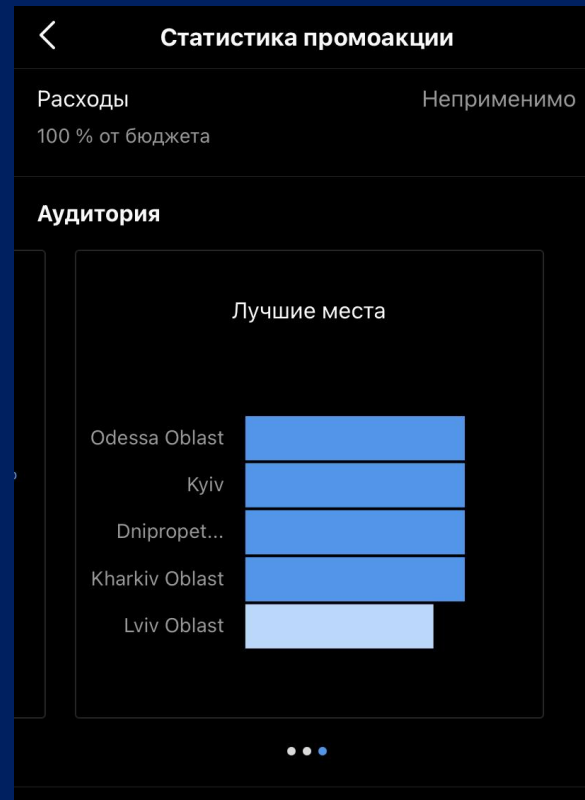
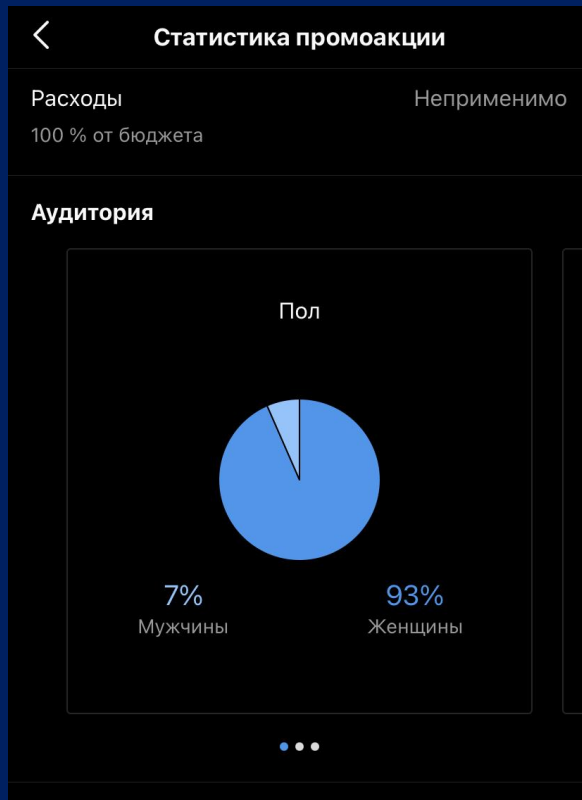
**Н. А. КРАВЧУК**, студентка магістратури кафедри  
маркетингу та міжнародної торгівлі  
Національний університет біоресурсів  
та природокористування України  
E-mail: [naataalkkaa@gmail.com](mailto:naataalkkaa@gmail.com)

**Анотація.** У статті проведено маркетингове дослідження ринку устриць в Україні та світі, проаналізовано сучасний стан та перспективи подальшого розвитку ринку устриць в Україні. Розглянуто можливість розвитку ринку устриць та підприємств галузі устрицівництва за умов використання маркетингу.

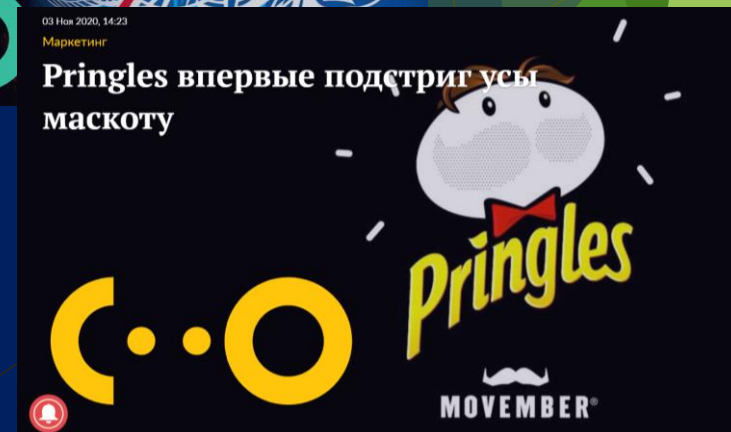
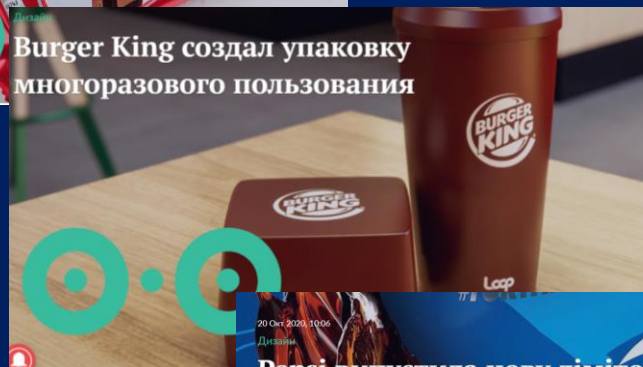
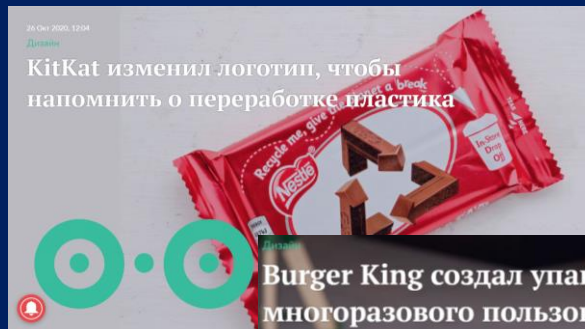
Результати дослідження дозволяють стверджувати, що рибне господарство в Україні є перспективним напрямом агропромислового виробництва, яке забезпечує населення цінними продуктами харчування та сприяє зростанню зайнятості



# Маркетингові дослідження



*Проведення дослідження  
щодо просування  
публікацій в Instagram*



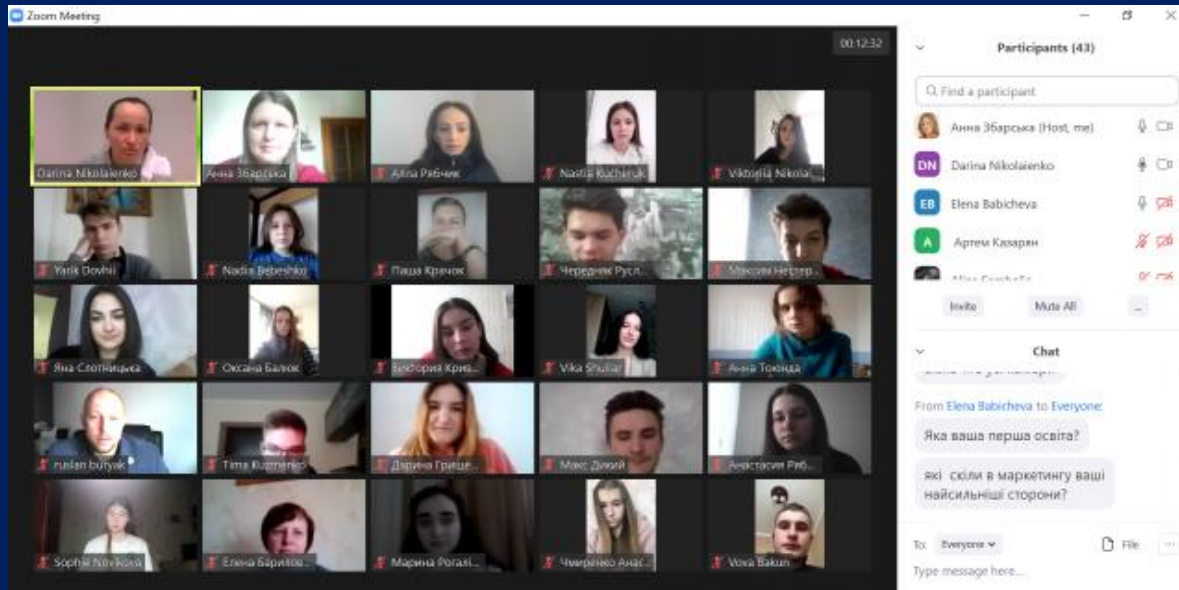
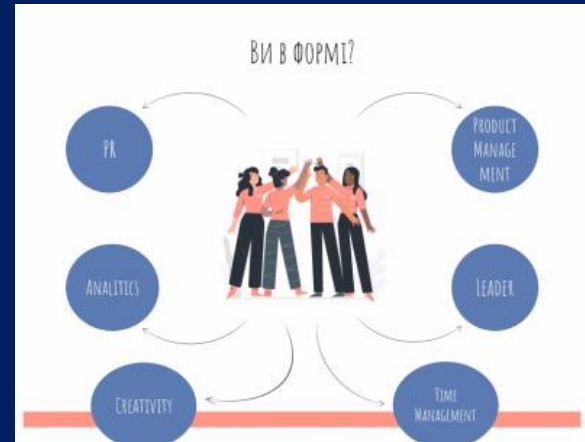
**Обговорення новин в маркетингу на засіданні гуртка**



# ПРАКТИЧНЕ НАВЧАННЯ



27 квітня 2021 Дарина Юріївна Ніколаєнко - провідний фахівець з маркетингу «Moët Hennessy Ukraine Portfolio» та «Marie Brizard Ukraine Portfolio» компанії «Український дім імпорту», провела лекцію на тему: «Професія маркетолога: як стати найкращим».



# ПРАКТИЧНЕ НАВЧАННЯ



*08 вересня 2020 року на запрошення кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі була проведена зустріч представника підприємств **Групи ПАТ «МХП»** Марією Островською із маркетологами НУБіП.*

# ПРАКТИЧНЕ НАВЧАННЯ



## Чому Кабінет Аграрія?

Всі можливості в одному місці - економія часу і зусиль на пошук найкращого варіанту і найвигідніших умов.

### Програми державної підтримки :

- Компенсація вартості придбання техніки та обладнання
- Компенсація відсоткових ставок і спеціальні кредитні програми
- Безвідсотковий кредити та субсидії різним категоріям агро виробників.

Детальні умови і можливість подати заявку на отримання допомоги вже у Вашому Кабінеті в розділі меню Державна Підтримка.

**Кредитний Аналіз** - саме той кредитний аналіз, на підставі якого сьогодні видають агрокредити найбільші банки - дозволяє прийняти кредитне рішення за лічені дні!



## КАБІНЕТ АГРАРІЯ АГРО-ФІНАНСОВА ЕКОСИСТЕМА ДЛЯ АГРОВИРОБНИКІВ, ПОСТАЧАЛЬНИКІВ, ПОКУПЦІВ, БАНКІВ ТА ІНШИХ ПАРТНЕРІВ

Адреса  
Україна, м. Київ, 03150  
вул. Антоновича, буд. 51  
офіс 611-612

Зателефонуйте нам  
+38 050 914 3543  
+38 097 578 4651  
+38 050 574 1037

E-mail  
info@agrianalytica.com

5 листопада 2020 року запрошені були представники підприємства-партнера кафедри, лідера українського ринку в сфері комплексних ІТ рішень для Агропромислового комплексу **ТОВ «АГРІАНАЛІТИКА»** (AGRIANALYTICA LIMITED LIABILITY COMPANY (AGRIANALYTICA LLC)).



# ЕККУРСІЇ



Екскурсія по арт-простору Ukraine WOW

# СПОРТИВНА РОБОТА

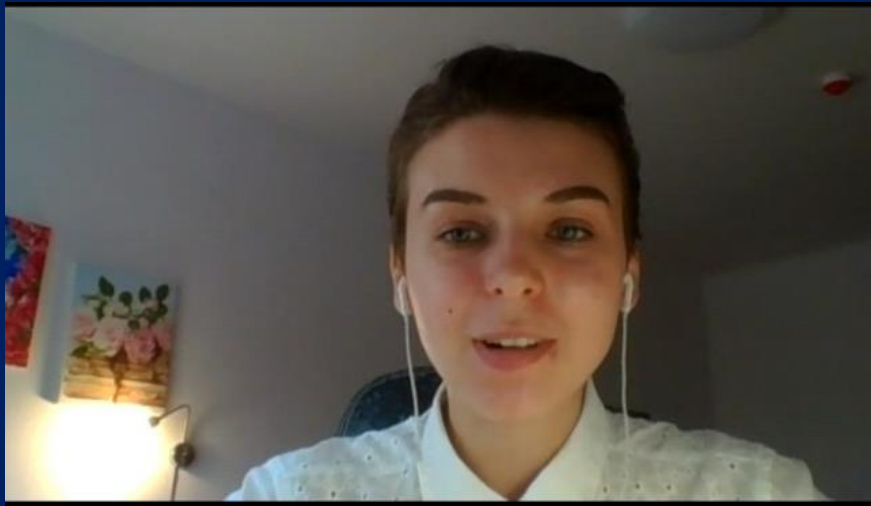
*Федір Черкашин - молодий професійний боксер, що опановує фах маркетолога, у березні 2021 року захистив бакалаврську кваліфікаційну роботу та одночасно виграв рейтинговий поєдинок проти досвідченого бійця з Аргентини. Загалом, Федір провів 17 поєдинків, де отримав 17 перемог, з них 11 - нокаутом.*



# МІЖНАРОДНА ДІЯЛЬНІСТЬ

*Участь маркетологів у Міжнародних конференціях:*

- II Міжнародній науково-практична он-лайн конференції «Маркетинг та логістика в агробізнесі»: сучасність та майбутнє маркетингу;
- II Міжнародній науковій студентській конференції «Молодь і науковий прогрес у соціально-економічному та освітньому просторі суспільства».



# ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ЗАХОДІВ



# СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ



популяризація кафедри, факультету та університету

створення платформи для об'єднання студентської молоді

залучення до практичного використання навичок шляхом співпраці з відокремленими підрозділами університету, підприємствами, іноземними партнерами

налагодження співпраці з профільними кафедрами закордонних аграрних університетів

удосконалення маркетингових знань та налагодження комунікацій у процесі навчання

# ПЛАН НА 2020/21 НАВЧАЛЬНИЙ РІК



участь студентів в олімпіадах, конкурсах, семінарах та науково-практичних конференціях

залучення відомих фахівців з маркетингу до участі у засіданнях гуртка

організація виїзних засідань гуртка на підприємства АПК України



практичне знайомство з роботою служб маркетингу провідних компаній та агрохолдингів

пошук стратегічних партнерів для практичного навчання та майбутнього працевлаштування маркетологів








# НАШІ ПРОЄКТИ







Проекти  
рекламної  
кампанії  
ТМ  
«Молокія»  
та ТМ  
«Конті»



# НАШІ ПРОЄКТИ

№ п/п	Відеоря	Аудіоря	Хроно метраж	Коментарі
1	З'являється герб НУБіП 	Відсутня музика	3 сек	Початок
2	Зникає герб університету і з'являється перший корпус університету 	В тихому темпі з'являється спокійна мелодійна музика	7 сек	Показ головного корпусу
3	Зникає перший корпус університету і з'являється третій корпус 	Супроводжується спокійною, дзвінкою, Мелодійною музикою	7 сек	Показ корпусу, де сидить ректор
4	Ректор Національного університету біоресурсів і природокористування України 	Супроводжується спокійною, дзвінкою, Мелодійною музикою	5 сек	Ректор Ніколаєнко
5	Корпус 10 	Супроводжується спокійною, дзвінкою, Мелодійною музикою	7 сек	Корпус <b>десятий</b>
6	День відкритих дверей 	Супроводжується спокійною, дзвінкою, Мелодійною музикою	5 сек	Відеодувачі
7	Збір студентів 	Супроводжується спокійною, дзвінкою, Мелодійною музикою	5 сек	Студенти

8	Працівники кафедри ботаніки та дендрології 	Супроводжується спокійною, дзвінкою, Мелодійною музикою	5 сек	Працівники
9	Зображення корів, які є на території університету 	Супроводжується спокійною, дзвінкою, Мелодійною музикою	5 сек	Тварини
10	Зображення фотофіксації святкування 	Супроводжується спокійною, дзвінкою, Мелодійною музикою	5 сек	Свято
11	Святкування 120 років університету 	Музика згасє	6 сек	Кінець



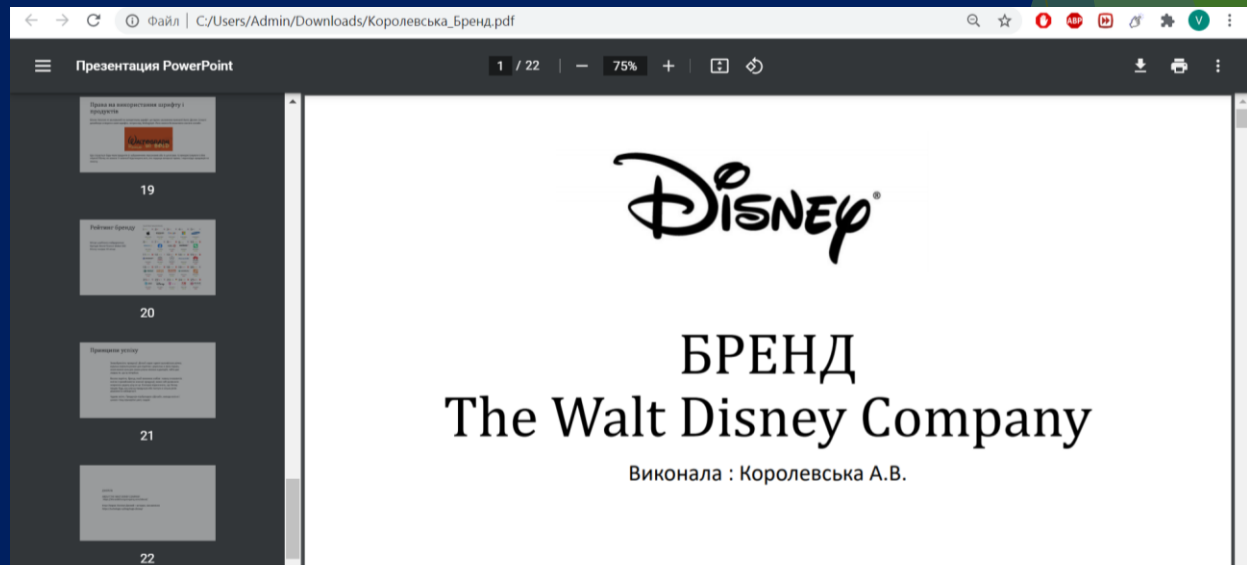
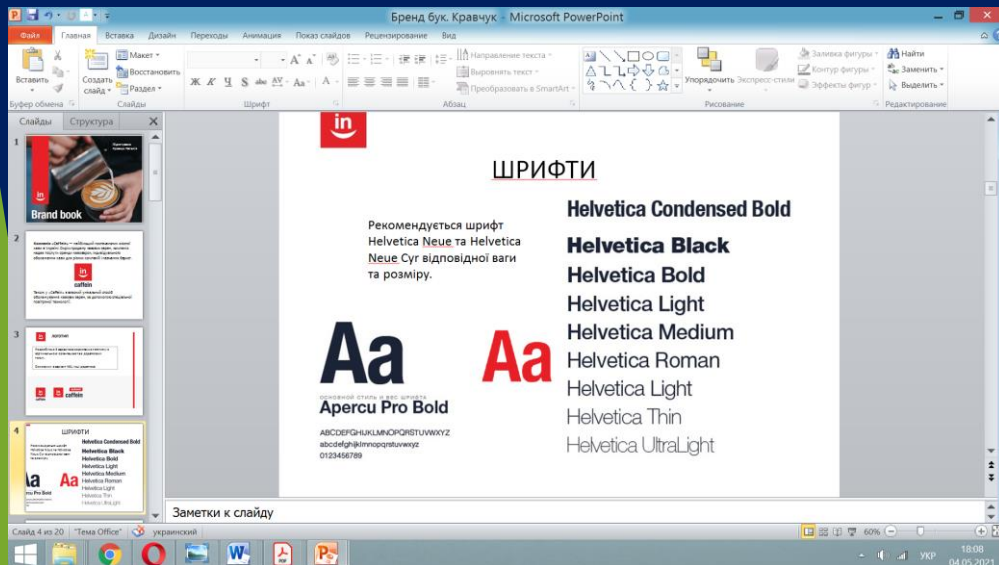
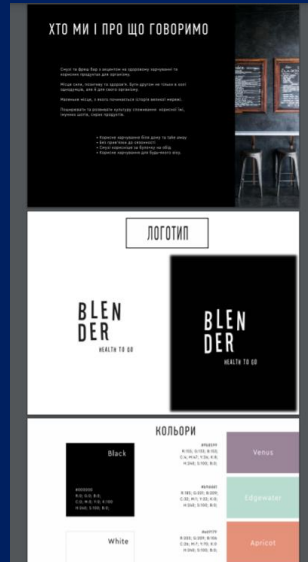
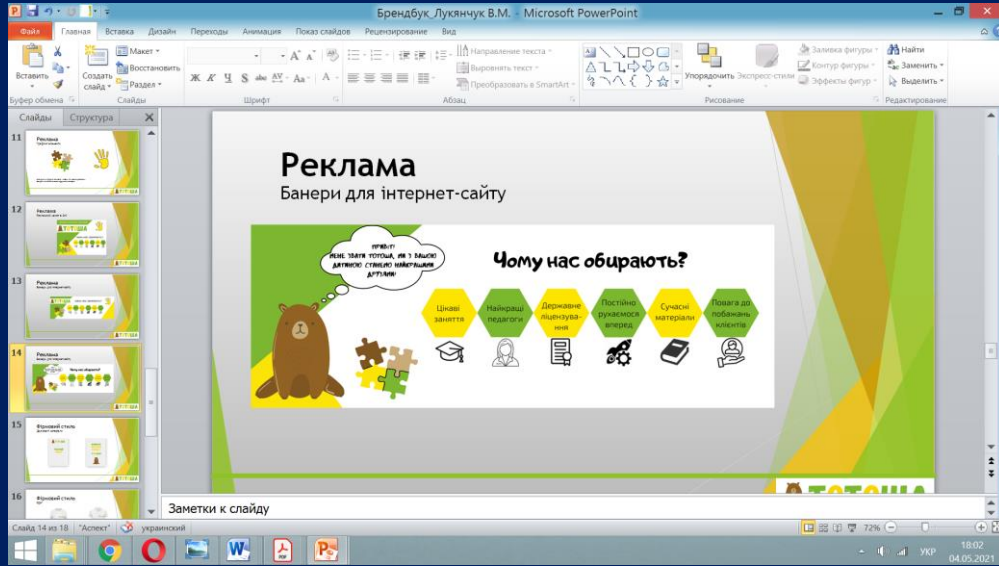
**Кращий проект  
кадроплану до  
реклами  
університету**



# КОНКУРСИ



Конкурс серед  
магістрів  
маркетологів  
«Кращий Brand book  
компанії»



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15



# Обговорення на засіданні гуртка особливостей успіху світових брендів

1

2

3

4

5

6

7

8



Дякуємо за  
увагу!