

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 338.45.01

Садеков А.А., д-р экон. наук, проф. (ДонНУЭТ, Донецк)

Взаимовлияние промышленного развития и качества жизни в промышленной политике

В статье исследовано взаимовлияние промышленного развития и качества жизни в промышленной политике. Предложено формирование промышленной политики осуществлять в контексте трехмерной системы общественного развития, включая социальные, экономические и экологические измерения.

Ключевые слова: *промышленное развитие, качество жизни, трехмерная система.*

УДК 005:339.138

Азарян Е.М., д-р экон. наук, проф., Сушко О.В., канд. экон. наук (ДонНУЭТ, Донецк)

Механизм управления маркетинговым коммуникационным потенциалом

Рассмотрены механизмы управления маркетинговым коммуникационным потенциалом объектов недвижимости на базе комплексного подхода к реализации маркетинговой стратегии. Предложена комплексная система управления маркетинговыми коммуникациями.

Ключевые слова: *моделирование, управление, маркетинговые коммуникации, комплексный подход, торговля, недвижимость.*

УДК 005.21:658.8

Балабанова Л.В., д-р экон. наук, проф., Митрохина Ю.П., канд. экон. наук, доц. (ДонНУЭТ, Донецк)

Маркетинговая поддержка стратегического управления сбытом предприятий

В статье раскрыто содержание маркетинговой поддержки стратегического управления сбытом, проведена оценка степени использования мер стимулирования сбыта на предприятиях, оценка степени использования дополнительных услуг на предприятиях.

Ключевые слова: *маркетинговая поддержка стратегического управления сбытом, информационная поддержка, коммуникационная поддержка, сервисная поддержка.*

УДК 005.31:636.085.55

Беленький А.Ю., канд. экон. наук, доц. (ДонНУЭТ, Донецк)

Методология экономического анализа производственного процесса в комбикормопроизводстве

Существующая методология экономического анализа производственного процесса в комбикормопроизводства (производстве кормов как главной составляющей комбикормов)

базируется главным образом на комбинации «урожай-технологическая норма удобрений». Поэтому сложность проблемы развития и обеспечения эффективной деятельности комбикормовой отрасли аграрной экономики заключается в том, что рыночные преобразования в Украине начались без целостного теоретического обоснования и системных методических подходов изучения вопросов.

Ключевые слова: *кормовая база, конъюнктура рынка кормовых ресурсов, экономическая эффективность, комбикормовое производство, партнеры, себестоимость, механизм ценообразования, оптимизация производства, маркетинг.*

УДК 005.336:004.3 '1

Брындина О.А., канд. экон. наук, доц. (ДонНУЭТ, Донецк)

Оценка потенциальной конкурентоспособности мини-ноутбуков бренда Samsung

В статье оценены критерии потенциальной конкурентоспособности мини ноутбука бренда Samsung и определен ее уровень.

Ключевые слова: *потенциальная конкурентоспособность товара, качество товара, потребительская ценность товара, новизна товара, сила марки товара, профиль бренда товара, стадия жизненного цикла товара, качество упаковки товара.*

УДК 005.336:658

Ващенко Н.В., канд. экон. наук, доц., Михайленко Ю.В. (ДонНУЭТ, Донецк)

Теоретические основы формирования потенциала предприятия

Проанализировано понятие «потенциал предприятия», рассмотрены теоретические основы формирования потенциала, даны практические рекомендации по формированию потенциала предприятия как основы его развития в современных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: *потенциал предприятия, формирование потенциала предприятия, принципы формирования потенциала предприятия, процесс оптимизации потенциала предприятия.*

УДК 005.346:339.138

Величко А.А. (ДонНУЭТ, Донецк)

Оценка ценности потребителя для предприятия

В статье рассмотрена сущность ценности потребителя для предприятия, определены показатели оценки ценности потребителя для предприятия, разработаны стратегии управления ценностью потребителя для предприятия.

Ключевые слова: *ценность потребителя, бренд предприятия, капитал бренда предприятия.*

УДК 005.21:339.138

Гуржий Н.М., канд. экон. наук, доц. (ДонНУЭТ, Донецк)

Концепция управления стратегическим маркетингом

В статье рассмотрена сущность стратегического маркетинга, дано определение концепции управления стратегическим маркетингом и ее основных составляющих.

Ключевые слова: *предприятие, стратегический маркетинг, управление, концепция.*

УДК 005.7:339.138

Заремба В.П. (ДонНУЭТ, Донецк)

Современные проблемы организации маркетингового управления деятельностью предприятий

В статье раскрыты проблемы организации маркетингового управления деятельностью предприятий, разработана и охарактеризована система организации маркетингового управления деятельностью предприятий.

Ключевые слова: *организация маркетингового управления, система организации маркетингового управления.*

УДК 378.1

Зацная Л.Я. (ТНЭУ, Тернополь)

Система маркетинговых инструментов молокоперерабатывающих предприятий

В статье обосновано сочетание системы маркетинговых инструментов 7Р (молочный продукт, цена, распределение, продвижение, люди, материальные свидетельства, процессы) для качественного удовлетворения потребностей потребителей со стороны молокоперерабатывающих предприятий.

Ключевые слова: *система маркетинговых инструментов, маркетинг-міх, разработка молочного продукта, процесс производства, цена, распределение, продвижение, персонал, потребитель, материальные свидетельства, система качества.*

УДК 631.162:336.25 / .26-058.232

Клокар О.А., канд. экон. наук, доц. (БНАУ, Белая Церковь)

Характеристика эффективности формирования доходов и сбережений населения сельских территорий

В статье рассмотрена структура и эффективность формирования доходов и сбережений населения сельских территорий, определены ведущие факторы, влияющие на них, что обеспечит разработку действенных мер по улучшению благосостояния крестьян.

Ключевые слова: *доходы населения, сбережения населения, расходы населения, сельские территории.*

УДК 005.21:339.138

Крутушкина О.В. (ДонНУЭТ, Донецк)

Стратегии управления маркетинговыми коммуникациями

В статье рассмотрен каскад стратегий маркетинговых коммуникаций, охарактеризована главная маркетинговая коммуникационная стратегия (ГМКС), стратегии канала товародвижения, рекламные стратегии.

Ключевые слова: *предприятие, каскад стратегий, коммуникационная стратегия, рекламные стратегии, канал товародвижения.*

УДК [658.149.3:330.341.1] 334.722.1

Лохман Н.В., канд. экон. наук, доц. (ДонНУЭТ, Донецк)

Организация взаимодействия субъектов инновационной деятельности в малом предпринимательстве на основе развития трансфера технологий

Статья посвящена теоретическим и практическим аспектам организации взаимодействия субъектов инновационной деятельности в малом предпринимательстве на основе развития трансфера технологий, а именно: рассмотрена сущность понятия и организации трансфера технологий и предложена собственная характеристика взаимодействия субъектов рынка инноваций, определена специфика решения задач по осуществлению трансфера технологий в малом бизнесе и представлена их характеристика

Ключевые слова: *малое предпринимательство, трансфер технологий, инновационная деятельность, инновационный потенциал, инновационное агентство.*

УДК [004:005] 640.4

Лутай А.П., канд. экон. наук, доц. (ДонНУЭТ, Донецк)

Информационные технологии и системы управления в гостинично-ресторанном бизнесе Украины

В статье дан анализ информационных технологий и автоматизированных систем управления гостиницами и ресторанами в Украине, что свидетельствует о больших перспективах в этом направлении, потому что на украинском рынке имеется более десяти современных систем высокого качества для автоматизации управления, разработанных украинскими компаниями.

Ключевые слова: *информационные технологии, автоматизированные системы управления, гостинично-ресторанный бизнес.*

УДК 378.1

Матвеев М.Я., д-р экон. наук (ТНЭУ, Тернополь)

Особенности сегментирования потребителей по уровню их доходов в Украину

Рассмотрено сегментирование потребителей на рынке. Показаны критерии оценки рынка товаров (услуг). Выделены сегменты потребителей по уровню их доходов в высокоразвитых странах ЕС и в Украине. Определены особенности сегментирования потребителей по уровню

их доходов в Украине.

Ключевые слова: *сегмент рынка, сегментирование, рыночная ниша, критерии оценки рынка, сегментирования по признаку уровня доходов.*

УДК 339.138

Митяева Т.Л., канд. экон. наук, доц. (ХГУПТ, Харьков)

Сегментация как метод изучения неудовлетворенных потребностей потребителя на рынке продуктов быстрого питания

В статье исследована сегментация как один из методов изучения неудовлетворенных потребностей потребителя на рынке продуктов быстрого питания; рассмотрены методы определения существующих неудовлетворенных потребностей; определена составляющая модель сегментации рынка продуктов быстрого питания.

Ключевые слова: *сегментация, неудовлетворенные потребности, рынок продуктов быстрого питания, составляющая модель сегментации, методы исследования, потребитель, целевой рынок.*

УДК 330:316.77

Наумик К.Г., канд. экон. наук, доц. (ХНЭУ, Харьков)

Совершенствование классификации коммуникаций

В статье рассмотрены дескриптивные классификации, понятие «коммуникация», сделан вывод об отсутствии системного подхода к классификации коммуникаций, предложено системообразующие факторы, личность и условия коммуникации.

Ключевые слова: *коммуникация, классификация, информация, маркетинг, менеджмент.*

УДК 330.341.1:339.138

Орлов В.В. (ДонНУЭТ, Донецк)

Система инноваций в маркетинговой товарной политике

В статье рассмотрена система существующая инноваций в маркетинговой товарной политике торгового предприятия и охарактеризованы ее составляющие, а именно инновации в ресурсном, маркетинговом и управленческом блоках товарного потенциала.

Ключевые слова: *инновации в маркетинговой товарной политике, инновации в ресурсном блоке товарного потенциала, инновации в маркетинговом блоке товарного потенциала, инновации в управленческом блоке товарного потенциала.*

УДК 339.138

Рвачева И.М. (ДонНУЭТ, Донецк)

Маркетинговая компетенция предприятия: сущность и проблемы формирования на современном этапе

В статье раскрыта сущность маркетинговой компетенции предприятия, разработана модель формирования маркетинговой компетенции предприятия, дан структуру маркетинговой компетенции предприятия как пяти составных элементов комплекса маркетинга.

Ключевые слова: *маркетинговая компетенция предприятия, знания, способности, умения, привычки, модель формирования маркетинговой компетенции предприятия, структура маркетинговой компетенции предприятия.*

УДК [005.922.1:005.51]: 658

Роттер М.В., канд. техн. наук (ДонНУЭТ, Донецк)

Построение и эффективная эксплуатация системы обеспечения информационной безопасности предприятия

В статье рассматривается модель системы обеспечения информационной безопасности предприятия. Отмечено, что для эффективной защиты данных необходимо обеспечить их конфиденциальность и целостность в ходе хранения, обработки и передачи; гарантировать идентификацию отправителя и получателя сообщений. Для построения информационной сети предприятия избрана технологическая схема, которая предусматривает 4 уровня, которые могут быть объектами угроз для информационной безопасности предприятия.

Ключевые слова: *система обеспечения информационной безопасности (СОИБ), система менеджмента информационной безопасности (СМИБ), межсетевой экран (МЭ), конфиденциальность, целостность, доступность.*

УДК 004.78: [005.57:005.336]

Роттер М.В., канд. техн. наук (ДонНУЭТ, Донецк), Череватский Д.Ю., канд. техн. наук (ИЭП НАН Украины, Донецк)

Комбинированная (человек - программа) информационная модель для системы конкурентной разведки предприятия

Рассмотрена информационная модель системы конкурентной разведки, в которой технология выделения А-фактов из текста основана на использовании специальных семантико-лингвистических методов, которые позволяют получить А-факты, которые можно сравнивать с экспертными по точности. Это дает возможность свести количество «ручной» работы к минимуму.

Ключевые слова: *конкурентная разведка, информационная модель, представление знаний, информационных ный пространство фактов, досье, экспертные факты.*

УДК 331.522.4: [005.346:658]

Сардак Е.В., канд. экон. наук, доц. (ДонНУЭТ, Донецк)

Нг-потенциал в условиях маркетинговой ориентации предприятий

В статье уточнена сущность понятий «трудовой потенциал предприятия», «трудовой потенциал работника». Раскрыты основные подходы к дефиниции кадрового потенциала.

Приведены трактовки термина «HR-потенциал». Установлена взаимосвязь между категориями «HR-потенциал» и «трудовой потенциал». Приведена многоуровневая структура HR-потенциала. Предложен состав HR-потенциала предприятия.

Ключевые слова: персонал, личностный потенциал, трудовой потенциал работника, трудовой потенциал предприятия, HR-потенциал.

УДК 339.138

Струпинская Н.В. (ХНЭУ, Харьков)

Эффективность маркетинговой деятельности

В статье проанализировано содержание понятия «эффективность». Представлены результаты проведенного анализа существующих теоретических подходов к оценке эффективности маркетинговой деятельности. Развита направления оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

Ключевые слова: эффективность, маркетинговая деятельность, направления оценки эффективности маркетинговой деятельности.

УДК 64.033.2:640.432

Шталь Т.В. (ДонНУЭТ, Донецк)

Анализ удовлетворенности потребителей комплексом услуг предприятия ресторанного хозяйства как основа выбора маркетинговой стратегии

В статье предложена методика анализа удовлетворенности клиентов услугами предприятия ресторанного хозяйства как основа выбора маркетинговой стратегии предприятия. Определены факторы влияния на уровень удовлетворенности потребителей услуг предприятия ресторанного хозяйства.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, индекс удовлетворенности потребителей, предприятие ресторанного хозяйства.

УДК 338.439.5-058.86

Шубин А.А., д-р экон. наук, проф., Кривонос А.А. (ДОННУЭТ, Донецк)

Формирование концепции специализированного продукта для детей на рынке продуктов питания

В статье описаны особенности формирования концепции детского специализированного продукта на примере рынка продуктов питания. Специфика структуры рынка детских продуктов сложна и разнообразна. Для успешного развития детского продукта необходимо четко определиться с границами рынка, его основными характеристиками. Используя определенные методики, маркетологи устанавливают тесную связь с детьми, что создает успешный бренд.

Ключевые слова: бренд, целевая аудитория, концепция, детский бренд, объем рынка, сегментация, потребность.

УДК 339.13:637.521.037

Шубин А.А., д-р экон. наук, проф., Титова К.В. (ДонНУЭТ, Донецк)

Исследование крупнейших участников рынка мороженных полуфабрикатов

В статье исследована деятельность лидеров рынка мороженных полуфабрикатов в зависимости от содержания ассортиментного портфеля предприятия, доли рынка, которую они занимают, и конкурентных преимуществ, которые им присущи.

Ключевые слова: *мороженные полуфабрикаты, ассортиментный портфель, рыночный сегмент, комплекс маркетинг-микс.*

УДК 620.9:004.712

Юдин М.А., канд. экон. наук (ОДО «Первомайскдизельмаш»)

Перспективы использования сетевых технологий для повышения конкурентоспособности предприятий-производителей энергосберегающего оборудования

Рассмотрены формы взаимодействия предприятий с использованием сетевых технологий, выделены преимущества каждого из видов электронных торговых площадок для предприятий машиностроительной отрасли, определена роль сетевых технологий в повышении конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова: *сетевые технологии, электронная торговая площадка, B2B, B2C платформы.*

УДК 005.73 +316.334.23 (477)

Юзик Л.А., канд. экон. наук, доц. (ДонНУЭТ, Донецк)

Национальная стратегия социальной ответственности бизнеса в Украине

В статье рассмотрена сущность социальной ответственности бизнеса и рассмотрены отличительные признаки социальной деятельности украинских предприятий, охарактеризована концепция национальной стратегии социальной ответственности бизнеса в Украине.

Ключевые слова: *предприятие, социальная ответственность, стратегия, концепция.*