

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Сумський державний університет (Україна)

Вища школа економіко-гуманітарна (Республіка Польща)

Академія техніко-гуманітарна (Республіка Польща)

IBM Canada, м. Торонто (Канада)

Державна установа "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку

Національної академії наук України", м. Київ (Україна)

Парламент Ізраїлю, м. Єрусалим (Держава Ізраїль)

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут» (Україна)

Одеський національний політехнічний університет (Україна)

Технічний університет –Варна (Республіка Болгарія)

Університет “Проф. д-р Асен Златаров”, м. Бургас (Республіка Болгарія)

Університет Торонто (Канада)

УО «Вітебський державний технологічний університет» (Республіка Білорусь)

Економічні проблеми сталого розвитку

Экономические проблемы устойчивого развития

Economical Problems of Sustainable Development



Матеріали

Міжнародної науково-практичної конференції

імені проф. Балацького О. Ф.

(Суми, 11–12 травня 2016 р.)

У двох томах

Том 2

Суми

Сумський державний університет

2016

вказувати, що самолікування може бути шкідливим;

- орієнтація виробництва не лише на споживачів, але і на лікарів та фармацевтів, так як в ряді випадків саме вони впливають на вибір ліків;

- посилення суспільної ролі у сфері маркетингу, тобто виготовлення ефективних препаратів, зручних у використанні та безпечних.

Врахування визначених особливостей дає можливість підприємству виготовляти якісні та необхідні лікарські препарати, які будуть затребуваними на фармацевтичному ринку.

Науковий керівник: к.е.н., доц. Ілляшенко Н.С.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЦІН НА РИНКУ ЗАКЛАДІВ ХАРЧУВАННЯ У М. СУМИ

студент гр. ЕФ-51/2мк **Писаренко К.О.**

Сумський державний університет (Україна)

Кожна фірма користується знаннями про ціни і товари конкурентів у якості відправної точки для формування власного ціноутворення. Тому в першу чергу потрібно виділити основних конкурентів товару. Так як ціни на ринку залежать від попиту, політичної ситуації та психологічних факторів, аналіз цін досить короткостроковий.

Для аналізу було взято ринок громадського харчування м. Суми, зокрема кафе, відповідно об'єкт дослідження – найпопулярніші напої і страви серед молоді. Було проведено моніторинг соціальних мереж та за допомогою хештегу обрано певні страви та заклади. Було визначено 9 закладів (McFoxy, McDonald's, New York Street Pizza, Сушия, Яппі, Піца Великої Матусі, Челентано, Burger King, Best Coffee) та 6 товарів (піцца «Маргарита», роли «Каліфорнія», гамбургер, кава еспресо, чай зелений, сік апельсиновий). Всього 6 груп по 3 об'єкти.

У якості методу маркетингового дослідження був обраний сторчек. Store cheking – аналіз асортиментів, цінових характеристик товарів у різних торговельних точках і т.п.; моніторинг наявності й ціни різних марок у вибіркових місцях роздрібної й дрібнооптової торгівлі; вивчення комерційних пропозицій за рекламними і діловими засобами масової інформації [1].

Як закономірність, ціни змінюються залежно від сезону, дня тижня і навіть години доби (кава до 10 години – дешевше, по понеділках піца дешевше і т.д.).

Таким чином, в результаті порівняльного аналізу цін на ринках м. Суми були розглянуті популярні товари в кафе міста (табл. 1).

З урахуванням перерахунку вартості найдорожча піцца у «New York Street Pizza», найдешевша в «Челентано»; найдорожі роли - «Яппі», найдешевші в «New York Street Pizza»; найдорожчий гамбургер в «McFoxy», найдешевший – «Burger King»; найдорожче еспресо – «New York Street

Pizza», найдешевше – «Best Coffee»; найдорожчий зелений чай – «Best Coffee», найдешевший – у «New York Street Pizza»; найдорожчий сік – «Сушия», найдешевший – у «New York Street Pizza». Проте, не зважаючи на це, можна стверджувати, що ціни в обраних закладах приблизно одного рівня.

Таблиця 1 – Аналіз цін на окремі категорії товарів у закладах громадського харчування м. Суми

Піца					
«New York Street Pizza»	49 грн/290 гр.	«Піца Великої Матусі»	46 грн/300 гр.	«Челентано»	35 грн/370 гр.
Роли «Каліфорнія»					
«New York Street Pizza»	65 грн/210 гр.	«Сушия»	64 грн/200 гр.	«Яппі»	119 грн/180 гр.
Гамбургер					
«McFoxy»	17 грн/110 гр.	«McDonald's»	10 грн/96 гр.	«Burger King»	12 грн/124 гр.
Кава еспресо					
«New York Street Pizza»	8 грн/100 мл.	«Best Coffee»	11 грн/250 мл.	«Burger King»	8 грн/150 мл.
Зелений чай					
«New York Street Pizza»	4,5/150 мл.	«Burger King»	6 грн/150 мл.	«Best Coffee»	14 грн/250 мл.
Сік апельсиновий					
«New York Street Pizza»	7 грн/0,2 л.	«Сушия»	19 грн/0,2 л.	«Піца Великої Матусі»	15 грн/0,25 л.

1. Маркетинговые исследования: сторчек [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.icon-marketing.ru/about/methodic/store_check/

Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Сагер Л.Ю.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГУ В М. СУМИ

студент гр. МК-31 **Прокопенко М.О.**

Сумський державний університет (Україна)

Одним із сучасних напрямів маркетингу є спортивний маркетинг, який існує близько 30 років. Гуру спортивного маркетингу вважають Метью Шенк – декана Школи бізнес-адміністрування Університету Дейтона (США). В Україні спортивний маркетинг почав своє існування нещодавно, приблизно в 2008 році, але швидко розвивається.

Особливістю спортивного маркетингу є те, що фахівець повинен працювати одразу з чотирма складовими: глядачами, спонсорами, змаганнями та спортсменами, а також ЗМІ.

Розглядаючи розвиток спортивного маркетингу в м. Суми в розрізі даних складових, зазначимо деякі важливі пункти. По-перше, в місті активно пропагується ведення активного способу життя і проводяться спортивні змагання як аматорські, так і професійні. Проте, вони збирають мало глядачів, адже вони ніяк не просуваються, а