

## ЛОГІСТИЧНА ТА МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЕФЕКТИВНЕ ЗАСТОСУВАННЯ ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ

## LOGISTIC AND MARKETING ACTIVITY AS AN EFFICIENT APPLICATION OF MANAGEMENT FUNCTIONS IN THE COMPETITIVE ENVIRONMENT SYSTEM, STRENGTHENING COMPETITORS BLACK SEA REGION

УДК 658.7.011.1: 330.46

DOI <https://doi.org/10.32843/bses.52-13>

**Мещеряков В.Є.**

к.е.н., доцент кафедри  
прикладних економік та міжнародних  
економічних відносин  
Харківський національний аграрний  
університет імені В.В. Докучаєва

**Пonomарьова М.С.**

к.е.н., доцент, доцент кафедри  
маркетингу, підприємництва  
і організації виробництва  
Харківський національний аграрний  
університет імені В.В. Докучаєва

**Должикова І.С.**

здобувач  
Харківський національний аграрний  
університет імені В.В. Докучаєва

**Meshcheryakov Volodymyr**

**Ponomarova Maryna**

**Dolzhikova Iryna**

Kharkiv National Agrarian University  
named after V.V. Dokuchaiev

У статті визначено вагу логістичної та маркетингової діяльності як ефективного застосування функцій менеджменту в системі конкурентного середовища та посилення конкурентних переваг Причорноморського регіону. Визначено основні перешкоди активному розвитку транспортно-логістичної інфраструктури в Україні. Встановлено перешкоди в розвитку логістичного ринку вітчизняні компанії. Розглянуто вантажообіг та обсяг перевезених вантажів за основними видами транспорту в Україні. Визначено динаміку та прогноз обсягу перевезених вантажів за морським та річковим видами транспорту. Проаналізовано обсяг перевезення вантажів морським транспортом за видами вантажів. Запропоновано механізм зростання конкурентних ознак логістичної та маркетингової діяльності підприємств Причорноморського регіону. Розглянуто основні портові оператори з вантажообігу. Обґрунтовано, що для формування й розвитку ефективної логістичної та маркетингової діяльності підприємств Причорноморського регіону необхідні побудова й реалізація стратегічних рішень.

**Ключові слова:** логістика, маркетинг, управління, система менеджменту, конкуренція, конкурентне поле, Причорноморський регіон, стратегія розвитку.

В статье определен вес логистической и маркетинговой деятельности как эффективное применение функций менеджмента в системе конкурентной среды и усиления конкурентных преимуществ Причерноморского региона. Определены основные барьеры для активного развития транспортно-логистической инфраструктуры в Украине. Установлены препятствия в развитии логистического рынка отечественных компаний. Рассмотрены грузооборот и объем перевозимых грузов по основным видам транспорта в Украине. Определены динамика и прогноз объема перевезенных грузов морским и речным видами транспорта. Проанализирован объем перевозки грузов морским транспортом по видам грузов. Предложен механизм роста конкурентных признаков логистической и маркетинговой деятельности предприятий Причерноморского региона. Рассмотрены основные портовые операторы по грузообороту. Обосновано, что для формирования и развития эффективной логистической и маркетинговой деятельности предприятий Причерноморского региона необходимы построение и реализация стратегических решений.

*Competition, as well as the competitiveness of economic agents, is an indispensable prerequisite for ensuring the efficiency of logistic and marketing activities of enterprises and functioning in a constantly evolving business environment. However, scientific and technological progress, which has become an indispensable feature of our lives, globalization processes in the economy rejects the possibility of static economic conditions and increase the urgency of the formation of dynamic competitiveness and competitive environment. The seaports of Ukraine are the most important part of not only the transport but also the production infrastructure of the country. Their role in the domestic economy is determined by the fact that they are located on the directions of international transport corridors, as well as the fact that the administrative and economic border of Ukraine passes through them. The purpose of the article is to determine the role and nature of competition in improving the potential of business activity; to evaluate and analyze the logistical and marketing activities of the Black Sea enterprises; to reveal strategic principles of growth of logistic and marketing activity in the conditions of strengthening of competitive advantages. Achieving this goal necessitated the following tasks: a methodological approach and certain features of logistics and marketing activities were made, which allows making sound management decisions on this basis aimed at shaping and increasing the level of competitiveness of the enterprises of the sea economy. On the basis of the methodological approach, the types of competitiveness are presented, indicators are suggested, which should be taken into account when choosing a strategy for improving the level of competitiveness, and it is proved that these strategies do not exclude each other at all. The methodological basis of the research is a set of techniques and principles of scientific research: monographic, analytical and logical, systematic approach, graphic, etc. A number of organizational measures need to be taken to develop the enterprise – to improve the legislative framework for optimizing inter-sectoral exchange between agriculture and other sectors of the economy. The need for this is dictated by the rules of efficiency – the presence of competition in all sectors and sectors of the economy, the achievement of the highest production efficiency of a particular type of production, the payment of each factor of production at full costs, taking into account the normal profit, with the exception of excess profits, and supporting the incomes of producers.*

**Key words:** logistics, marketing, management, management system, competition, competitive field, Black Sea region, development strategy.

**Постановка проблеми.** Морські порти України є найважливішою складовою частиною не тільки транспортної, а й виробничої інфраструктури країни. Їхня роль у вітчизняній економіці визначається тим, що вони розташовані на напрямках міжнародних транспортних коридорів, а також тим, що через них проходить адміністративний та економічний кордон України. На жаль, сучасні українські реалії функціонування морських торговельних

портів у напрямі забезпечення ефективного транспортно-логістичного сервісу свідчать про досить низький рівень розвитку. Як результат, низький попит на послуги морських торговельних портів України порівняно із закордонними через недостатній рівень розвитку логістичної інфраструктури.

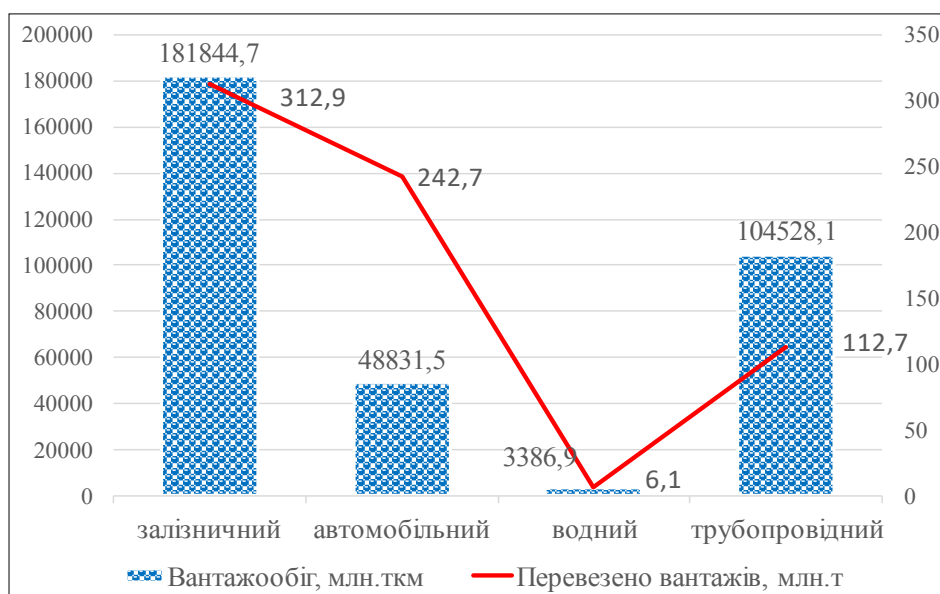
**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Основні перешкоди в розвитку логістичного ринку вітчизняні компанії вбачають у відсутності дер-

жавної політики і державної стратегії, що відбивається на умовах ведення логістичного бізнесу та можливості реалізації логістичного потенціалу країни. Важливим кроком до вдосконалення логістичної та маркетингової діяльності є ефективне застосування функцій менеджменту в системі конкурентного середовища та посилення конкурентних переваг регіону. Більшість учених вважає, що розвиток ринку логістичних послуг в Україні стримують недосконале законодавство, низька якість інфраструктури і корупція. Бар'єрами для активного розвитку транспортно-логістичної інфраструктури в Україні є: технологічне відставання вітчизняної транспортної системи порівняно з розвиненими країнами; недостатній рівень розвитку транспортної інфраструктури у цілому; недосконалість законодавчої бази у сфері логістики і земельних відносин, що створює перешкоди під час оформлення земельних ділянок під будівництво об'єктів транспортно-логістичної інфраструктури; високі адміністративно-бюрократичні бар'єри.

Дослідження питань проблематики розвитку логістичної та маркетингової діяльності в системі конкурентного середовища знайшли своє відображення у наукових працях таких провідних учених, як: Г.С. Бондаренко, О.Д. Гудзинський, С.М. Судомир, Т.О. Гуренко, Р.А. Фатхундінов, Г.В. Осовська, О.М. Полякова, О.В. Шраменко, Т.М. Смокова, Ф.П. Шульженко, О.О. Гайдулін, Р.С. Кундрик, Н.Б. Мігай, І.А. Хмарська, А.Ю. Юданов. Проте питання логістичної та маркетингової діяльності Причорноморського регіону в системі менеджменту розглянуто недостатньо.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є визначення ваги логістичної та маркетингової діяльності як ефективного застосування функцій менеджменту в систему конкурентного середовища та посилення конкурентних переваг Причорноморського регіону. Необхідно визначити основні перешкоди активному розвитку транспортно-логістичної інфраструктури, запропонувати механізм зростання конкурентних ознак логістичної та маркетингової діяльності підприємств Причорноморського регіону.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Причорноморський соціально-економічний район займає південну частину України. Сьогодні це Одеська, Миколаївська та Херсонська області, які, своєю чергою, мають високий потенціал розвитку: машинобудування, рекреаційного комплексу, харчової промисловості, сільського господарства тощо. Цей район має вихід до Чорного та Азовського морів, у цьому полягає своєрідність та унікальність його географічного положення. Економічний розвиток нашої країни та її інтеграція в світову економіку напряму пов'язані з проведенням ефективного менеджменту, розвитком транспортно-логістичної інфраструктури. За рахунок розвитку внутрішньої інфраструктури транспортно-логістичного центру відбудеться поштовх для успішнішого розвитку промисловості в прилеглих регіонах, збільшиться зайнятість населення довколишніх районів і міст, що з часом приведе Україну до значного підвищення конкурентоспроможності вітчизняного транспорту на міжнародних ринках перевезень [3].



**Рис. 1. Вантажообіг та перевезення вантажів за основними видами транспорту в Україні у 2019 р.**

Примітка: дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

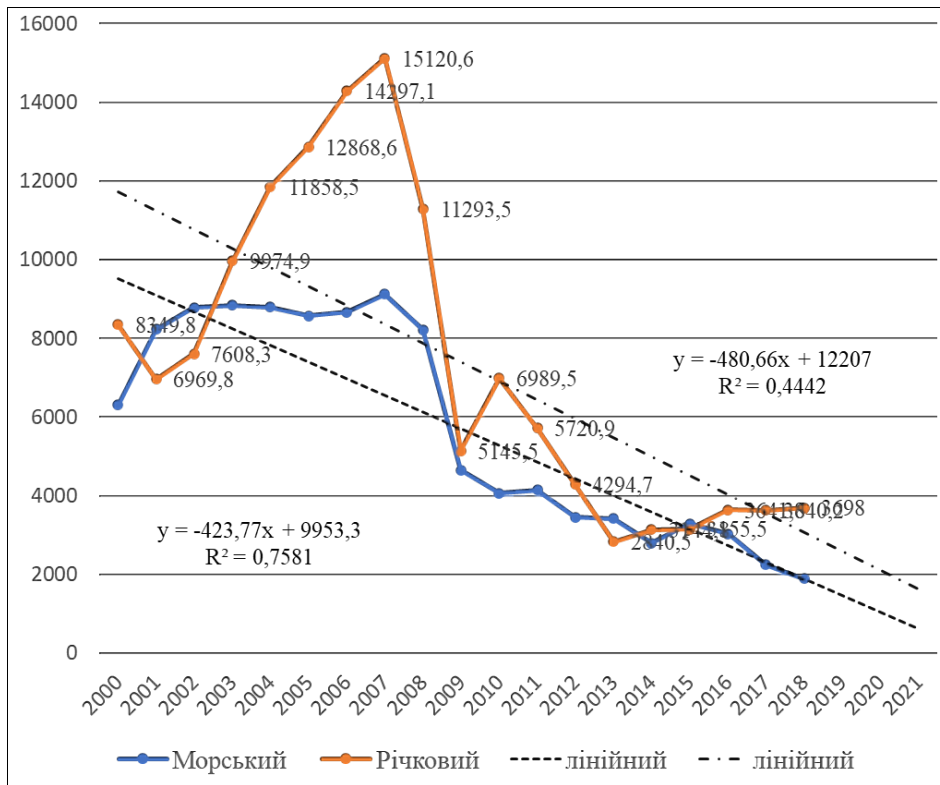


Рис. 2. Динаміка та прогноз обсягу перевезених вантажів морським та річковим видами транспорту, тис т

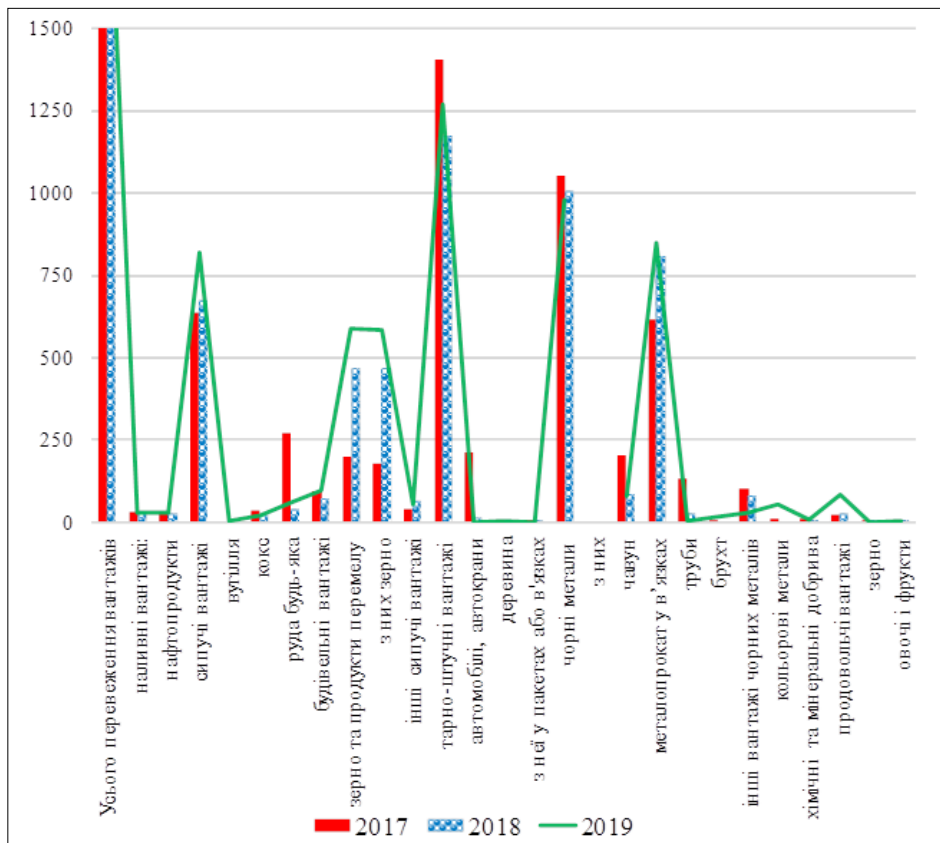


Рис. 3. Динаміка перевезення вантажів морським транспортом за видами вантажів за 2017–2019 рр., тис т

Сьогодні водний транспортний комплекс є багатофункціональною структурою, що задовольняє потреби національної економіки у транспортному забезпеченні. Морські та річкові порти є складовою частиною транспортної і виробничої інфраструктури держави. За даними рис. 1 розглянемо вантажообіг та перевезення вантажів за основними видами транспорту в Україні у 2019 р.

За даний період вантажообіг водним транспортом у 2019 р. становив 3386,9 млн ткм, що в структурі перевезень вантажів займає 6,1 млн т. Слід урахувати, що саме від ефективності функціонування портів, рівня їх технологічного та технічного оснащення, відповідності системи управління та розвитку інфраструктури сучасним міжнародним вимогам залежить конкурентоспроможність вітчизняного транспортного комплексу на світовому ринку.

Динаміку та прогноз обсягу перевезених вантажів за морським та річковим видом транспорту розглянемо за даними рис. 2. За останні вісімнадцять років найбільша частка вантажних перевезень вантажів припадає на річковий вид тран-

спорту. Так, найбільший обсяг перевезень річковим транспортом був зафіксований у 2007 р. і становив 15 120,6 тис т, що в чотири рази більше, ніж у 2019 р.

Найменший обсяг був отриманий у 2007 р. і становив 2 840,5 тис т, що на 25% менше, ніж у 2019 р. За період 2000–2018 рр. у середньому обсяг вантажних перевезень морським транспортом становив 5 715,6 тис т, а річковим – 7 400,6 тис т. За прогнозом обсягу перевезених вантажів морським та річковим видами транспорту наявна чітка динаміка зменшення: обсяг перевезених вантажів морським транспортом стане меншим на 500 тис т та річковим видом транспорту скоротиться до 1800 тис т.

За даними рис. 3 розглянемо динаміку перевезення вантажів морським транспортом за видами вантажів за 2017–2019 рр. За досліджуваний період бачимо чітке коливання перевезення вантажів морським транспортом за видами вантажів. Так, у 2019 р. було перевезено морським транспортом 2 120,2 тис т, що на 5,9% менше, ніж у 2017 р., та на 12,1% більше, ніж у попередньому 2018 р. Перевезення зерна та продуктів перемелу

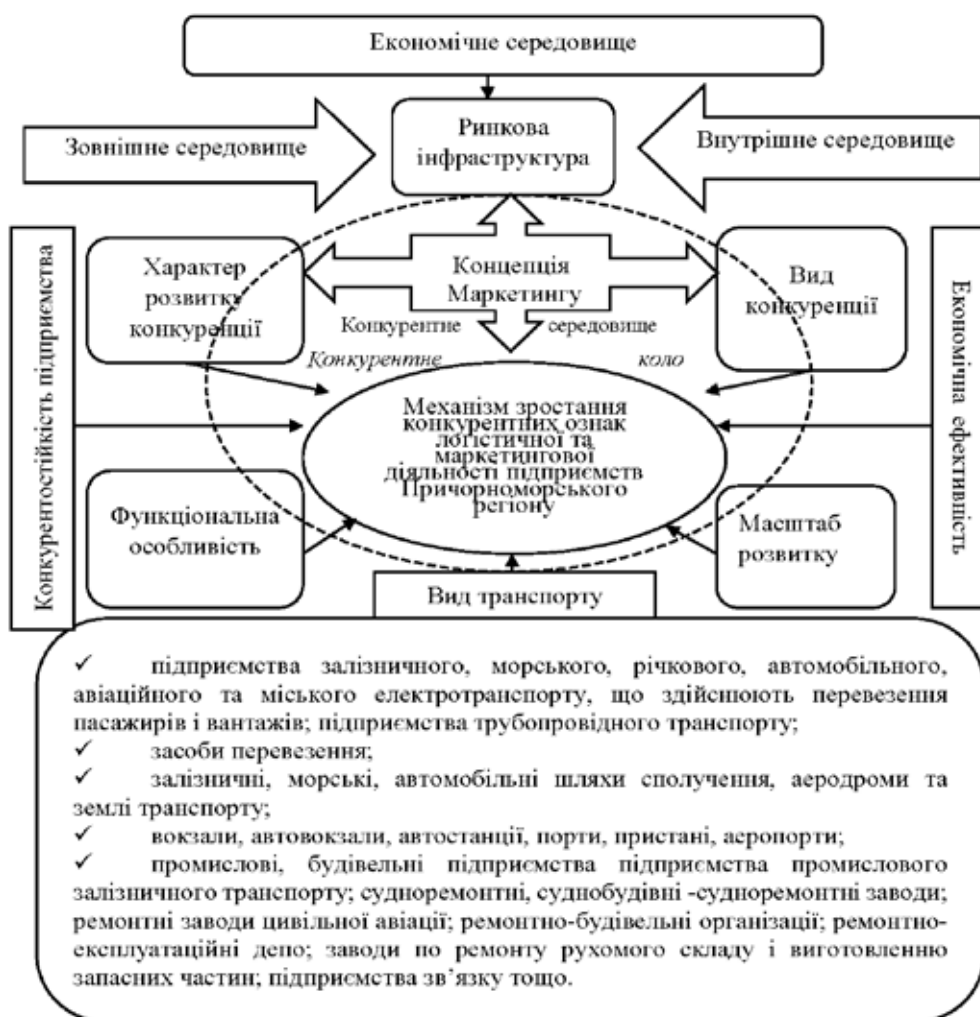


Рис. 4. Механізм зростання конкурентних ознак логістичної та маркетингової діяльності підприємств Причорноморського регіону



в 2019 р. зросло в 2,9 рази порівняно з 2017 р., що становило 587, 1 тис т проти 200 тис т. Своєю чергою, продовольчі вантажі у 2019 р. у кількості 82,6 тис т у 3,6 рази були більшими, ніж у 2017 р.

Значного скорочення зазнали: наливні вантажі, а це нафтопродукти, які зменшилися на 7,7%; товарні вантажі – на 9,8%; чорні метали – на 7,2%; хімічні та мінеральні добрива – на 27,8%; овочі та фрукти – 67,4%. Вирішальне значення у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства та ефективного виконання логістичної й маркетингової програми Причорноморського регіону має політика збуту. З одного боку, від неї залежить ефективність руху продукції, з іншого – виробничозбутова діяльність підприємства. Основними портовими операторами з вантажообігу залишаються: ДП «Морський торговельний порт «Чорноморськ»; СП «ТОВ «Трансбалктермінал»; ТОВ «Іллічівський зерновий термінал»; ТОВ «Чорноморський рибний порт»; ТОВ «Рісоіл Термінал»; ТОВ «Фрам Шипінг Едженси»; ТОВ «Транс-Сервіс»; ТОВ «Олір Ресорсіз»; ТОВ «Європiан Агро Інвестмент Юкрейн»; ПАТ «Чорноморський паливний термінал»; ТОВ «Еко-Ресурс-Холдинг»; ТОВ «ТЕК-Транс Груп Форвард»; ТОВ «Чорноморська стивідорна компанія»; ТОВ «Ренді».

Механізм зростання конкурентних ознак логістичної та маркетингової діяльності підприємств Причорноморського регіону зображений на рис. 4. Таким чином, можемо стверджувати, що для формування та розвитку ефективної логістичної та маркетингової діяльності підприємств Причорноморського регіону необхідні побудова й реалізація стратегічних рішень:

– Посилення конкурентостійкості та економічної ефективності логістичної та маркетингової й транспортної системи як основних елементів зростання конкурентоспроможності підприємства, галузі, забезпечення національних інтересів. Це передусім посилення інституційного забезпечення в логістичній та маркетинговій системах в умовах розвитку інфраструктури; забезпечення планово-економічного обґрунтування ефективності внутрішніх логістичних операцій, адаптації до сучасних вимог (мультимодальних перевезень та логістичних технологій, оптимізації транспортних процесів, сучасних інформаційних технологій за міжнародними стандартами та в рамках нормативно-правового поля країни).

– Реалізація концепції маркетингу в посиленні інноваційно-інвестиційного розвитку логістичної та маркетингової діяльності й транспортної галузі, спрямованої на проведення суттєвої модернізації існуючих та будівництва нових об'єктів транспортно-логістичної інфраструктури для забезпечення потреби у наданні якісних послуг перевезень.

– Умови та екологічна безпека на транспорті. Передбачає регулювання ринку транспортних

послуг та заходів державного нагляду (контролю) за безпекою на транспорті й судноплавства тощо.

– Характер розвитку конкуренції та масштаб розвитку. Передбачено заходи з розвитку транспортних перевезень між регіонами країни та розвиток міських транспортних мереж щодо забезпечення мобільності та функціонування сучасного транспорту з урахуванням функціональної особливості.

У сучасних умовах трансформації глобальної економічної моделі світогосподарських зв'язків формування ефективної логістичної інфраструктури морських портів для будь-якої країни, яка має вихід до моря, є надважливим завданням. Сучасна конкурентна боротьба на ринках світової морської торгівлі має тенденції до змін у співвідношенні між обсягами випуску товарів та послуг і місцем основних орієнтованих на експорт галузей у світовому розподілі праці. Підприємства морської галузі виступають лідерами з перевалки вантажів різного типу за умов якісної специфікації кожного окремого морського порту світу.

**Висновки з проведеного дослідження.** Маркетинг і логістика моря, як відзначалося, є видом підприємницької діяльності у сфері реалізації продукції (надання послуг), спрямованим на виявлення існуючих і нових потреб споживачів шляхом послідовних дій, функцій, застосування яких дає змогу підприємствам зорієнтувати виробничу діяльність відповідно до вимог ринку, виробити конкурентоспроможний товар, вибрати ефективний канал збуту, скоротити час просування товару до споживача, забезпечити надання повної інформації про товар і його переваги порівняно з аналогічними на вибраному сегменті ринку та за його межами.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бондаренко Г.С. Управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг». Харків, 2001. 20 с.
2. Гудзинський О.Д., Судомир С.М., Гуренко Т.О. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія. Київ, 2010. 212 с.
3. Гудзинський О.Д., Судомир С.М., Гуренко Т.О. Менеджмент підприємницької діяльності : навчальний посібник / заг. ред. О.Д. Гудзинського ; 2-е перевид. і доп. Київ : ІПК ДСЗУ, 2011. 322 с.
4. Фатхундінов Р.А., Осовська Г.В. Управління конкурентоздатністю організації. Київ, 2009. 470 с.
5. Рябуха М.С., Циборіна А.Є. Конкуренція як категорія ринкових відносин та конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень. *Вісник ХНАУ*. 2007. № 6. С. 96–100.
6. Мігай Н.Б., Хмарська І.А. Проблеми розвитку логістичної інфраструктури морських портів України. URL : <http://eir.nuos.edu.ua/xmlui/bitstream/>

handle/123456789/2847/Mihai.PDF?sequence=1 (дата звернення: 15.03.2020).

7. Полякова О.М., Шраменко О.В. Сучасні тенденції розвитку транспортно-логістичної інфраструктури в Україні і світі. Проблеми транспортного комплексу України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 58. С. 126–134.

8. Смокова Т.М. Визначення поняття та склад транспортно-логістичної інфраструктури. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2019. № 3(251). С. 160–168.

9. Шульженко Ф.П., Гайдулін О.О., Кундрік Р.С. Транспортне право : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2005. 244 с.

10. Должикова І., Пономарьова М. Заходи забезпечення конкурентних переваг та зміцнення конкурентоспроможного виробництва. *Сучасні напрями та перспективи розвитку агро- та електроінженерії : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*. Тернопіль : ФОР Паляниця В.А., 2018. С. 86–88.

11. Должикова І.С. Визначення маркетингової стратегії в аналізі кон'юнктури аграрного ринку. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку сусільства*. Тернопіль : Крок, 2018. Т. 1. С. 83–85.

12. Рябуха І.С. Пошук маркетингової стратегії як найважливішого етапу розвитку підприємства. *Економіка, фінанси та менеджмент: проблеми та шляхи розвитку* : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, м. Сімферополь, 22–23 березня 2013 р. : у 2-х ч. Сімферополь : Economics, 2013. Ч. 2. С. 99–101.

13. Рябуха І.С. Разработка и реализация товарной политики предприятия как основной элемент комплекса маркетинга. *Креативный маркетинг: сегодня и послезавтра* : материалы Международной научно-практической конференц. аспири., г. Омск, 5–6 декабря 2013. Омск : ОГУ, 2013. С. 32–34.

14. Рябуха І.С. Маркетингова стратегія в системі удосконалення маркетингової діяльності. *Теоретико-методологічні засади ефективного розвитку аграрного виробництва* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 24–25 квітня 2014 р. Харків : ХНАУ. 2014. Ч. 1. С. 81–83.

#### REFERENCES:

1. Bondarenko S. (2001) Upravleniye konkurentosposobnost'yu avtotransportnogo predpriyatiya: Avtoref. dis. na polucheniye nauk. stepeni kand. ekon. nauk: spets. 08.06.02 «Predprinimatel'stvo, menedzhment i marketing» [Management of the competitiveness of the motor transport enterprise]. Kh. 20 p. (in Ukrainian).

2. Gudzinskiy A. D., Sodomir S. M., Gurenko T. A. (2010) Upravleniye formirovaniyem konkurentosposobnogo potentsiala predpriyatiy (teoretiko-metodologicheskii aspekt): [monografiya]. [Managing the formation of competitive potential of enterprises (theoretical and methodological aspect)]. IPK GSZU. K. 212 p. (in Ukrainian).

3. Gudzinskiy A. D., Sodomir S. M., Gurenko T. A. (2011) Menedzhment predprinimatel'skoy deyatel'nosti

[Management of entrepreneurship] navch.posibnik; obshch. red. A. D. Gudzinskiy / 2-e pereizdam. i doklada. IPK GSZU. K. 322 p. (in Ukrainian).

4. Fatkhundinov R.A., Osovskaya V. (2009) Upravleniye konkurentosposobnost'yu organizatsii [Organization competitiveness management]. K. 470 p. (in Ukrainian)

5. Ryabukha M.S. (2007) Konkurentsia kak kategoriya rynochnykh otnosheniy i konkurentosposobnost' kak predmet nauchnykh issledovaniy [Competition as a Category of Market Relations and Competitiveness as a Subject of Scientific Research] / M.S. Ryabukha, A.Ye. Tsitsorina // Vestnik KHNAU. № 6 / Khar'k. nats. agrar. un-t. -Khar'kov. P. 96-100. (in Ukrainian).

6. Migay N.B., Khmarskaya I.A. Problemy razvitiya logisticheskoy infrastruktury morskikh portov Ukrainy. URL: <http://eir.nuos.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/2847/Mihai.PDF?sequence=1> (in Ukrainian). (accessed 15 March 2020).

7. Polyakova A.N., Shramenko A.V. (2017) Sovremennyye tendentsii razvitiya transportnologicheskoy infrastruktury v Ukraine i mire [Current Trends in the Development of Transport Logistics Infrastructure in Ukraine and in the World] / Problemy transportnogo kompleksa Ukrainy / A.N. Polyakova, O.V. Shramenko // Vestnik ekonomiki transporta i promyshlennosti, № 58. p. 126-134. (in Ukrainian).

8. Smokova T.M. (2019) Opredeleniye ponyatiya i sostav transportno-logisticheskoy infrastruktury [Definition and composition of transport and logistics infrastructure] / T.M. Smokova // Vestnik Vostochnoukrainskogo natsional'nogo universiteta imeni Vladimira Dalya № 3 (251). P. 160-168. (in Ukrainian).

9. Shul'zhenko F. P., Gaydulyn A. A., Kundrik R. S. (2005) Transportnoye parvo [Transport Law]. ucheb. posobiye. – M.: Finansy. – 244 p. (in Ukrainian)

10. Dolzhikova I., Ponomareva M. (2018) Mero-priyatiya obespechenii konkurentosposobnogo proizvodstva [Measures of providing competitive advantages and strengthening of competitive production] / materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Sovremennyye napravleniya i perspektivy razvitiya agro- i elektroinzhenerii», materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Ternopol': FOP Karavay V. A., 240 p. P. 86-88. (in Ukrainian)

11. Dolzhikova I.S. (2018) Opredeleniye marketingovoy strategii v analize kon'yunktury agrarnogo rynku [Definition of marketing strategy in the analysis of the agrarian market conditions] / materialy Vseukrainskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Sotsial'no-ekonomicheskiiye i humanitarnyye aspekty razvitiya obshchestva. T. 1. Ternopol'. Shag: VNNIYe TNEU. P. 83-85. (in Ukrainian)

12. Ryabukha I.S. (2013) Poisk marketingovoy strategii kak vazhneyshego etapa razvitiya predpriyatiya [ Searching for marketing strategy as the most important stage of enterprise development] / I.S. Ryabukha // Ekonomika, finansy i menedzhment: problemy i puti razvitiya: sbornik materialov mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii m. Simferopol', 22-23 marta 2013) v 2-kh chastyakh / nauchnoye ob'yedineniye «Economics», Ch. 2. P. 99-101. (in Ukrainian)

13. Ryabukha I.S. (2013) Razrabotka i realizatsiya tovarnoy politiki predpriyatiya kak osnovnoy element kompleksa marketinga [Development and implementation of the commodity policy of the enterprise as a basic element of the marketing complex] / I.S. Ryabukha // Kreativnyy marketing: segodnya i poslezavtra / Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-praktich. konferents. aspir. (G. Omsk 5-6 dekabrya 2013). – Omsk: Izd-vo Om. gos. un.-ta. – 360 P. 32-34 (in Russian)

14. Ryabukha I.S. (2014) Marketingovaya strategiya v sisteme sovershenstvovaniya marketingovoy deyatel'nosti [Marketing strategy in the system of improving marketing activities] / I.S. Ryabukha // Teoreticheskiye osnovy effektivnogo razvitiya agrarnogo proizvodstva // Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. 24-25 aprelya 2014 V 2 ch. CH. 1. KHNAU. – KH. S. 81-83 (in Ukrainian)