

Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
ЗО «Білоруська державна сільськогосподарська академія», Республіка Білорусь
ЗО «Поліський державний університет», Республіка Білорусь
Варшавський університет наук про життя, Польща
Словацький аграрний університет, Словацька Республіка
Мендель університет, Чеська Республіка
Індустріально-економічний коледж імені академіка Г.Г. Сейткасімова, Республіка Казахстан

**Стратегія економічного розвитку України:
теоретичні засади та механізми реалізації**
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
Частина 2

**Стратегия экономического развития Украины:
теоретические основы и механизмы реализации**
Материалы Международной научно-практической конференции
Часть 2

**The strategy of economic development:
theoretical principles and mechanisms of implementation**
The Materials of International Scientific Conference
Part 2

14-15 квітня 2016 року
м. Ніжин

УДК 330.34(477)
ББК 65.5
М 34

Рекомендовано до друку вченою радою
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
від 31.03.2016 р. № 8

Редакц. колегія:

В.С. Лукач (науковий редактор); С.В. Толочко (заступник відповідального редактора);
Н.Г. Царук; В.П. Прадун; О.М. Столяренко; А.В. Іванько;
В.П. Литовченко; А.І. Бережняк; Н.В. Лоханько; Г.М. Македон

Учасники конференції – науково-педагогічні працівники, наукові співробітники, аспіранти та студенти: Краківського університету економіки; Міжнародного бізнес-коледжу Хетцендор; Варшавського університету наук про життя; Мендель Університету; Казахського економічного університету ім. Т.Рискулова; Академії управління при Президентові Республіки Білорусь; ЗО «Поліський державний університет»; ЗО «Білоруська державна сільськогосподарська академія»; Білоруського державного економічного університету; Національного дослідницького Томського політехнічного університету; Башкирського державного університету; Університету Нархоз; Індустріально-економічного коледжу імені академіка Г.С.Сейткасімова; Національного університету біоресурсів і природокористування України; Національного університету «Львівська політехніка»; Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана; Національного авіаційного університету; Національної академії державного управління при Президентові України; Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара; Сумського державного університету; Харківського державного університету харчування та торгівлі; Херсонського інституту Міжрегіональної Академії управління персоналом; Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ; Одеського державного аграрного університету; Житомирського національного агроекологічного університету; ННЦ «Інститут аграрної економіки»; Прикарпатського інституту ім. М. Грушевського МАУП; Черкаського національного університету імені Б. Хмельницького; Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя; Чернігівського національного технологічного університету; Вінницького технічного коледжу; Херсонського державного аграрного університету; Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля; Запорізького національного університету; Черкаського державного технологічного університету; Одеського національного політехнічного університету; Національного авіаційного університету; Мукачівського державного університету; Університету митної справи та фінансів; ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут» та ін.

Стратегія економічного розвитку України: теоретичні засади та механізми реалізації : у 3-х ч. – Ч.2. / Зб. наук. праць / наук.ред. В.С. Лукач. – Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2016. – 418 с.
ISBN 978-617-640-255-8

У збірнику надруковані доповіді учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегія економічного розвитку України: теоретичні засади та механізми реалізації», висвітлено результати наукових досліджень, проведених науково-педагогічними працівниками, науковими співробітниками, аспірантами та студентами.

Тексти тез друкуються в авторській редакції. Відповідальність за інформацію, подану в науковому дослідженні, несуть автори статей.

© ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»

© автори статей

ISBN 978-617-640-255-8

© Видавець ПП Лисенко М.М., 2016

Шульган Наталья
студентка
Копытовских Александр
к.т.н., доцент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

МАРКЕТИНГ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ

Маркетинг нужен не только компаниям. В повседневной жизни знание основ маркетинга поможет быстрее добиваться своих целей. К сожалению, основы маркетинга не преподаются в начальной и средней школе, а ведь знание основных его принципов может облегчит жизнь каждому человеку, указать на способы и методы решения элементарных бытовых проблем [1].

Многие думают, что маркетинг - это что-то связанное с торговлей, с продажами и бизнесом. На самом деле, это не совсем так. Маркетинг в повседневной жизни встречается на много чаще чем мы думаем: когда идем устраиваться на работу, знакомимся и общаемся с людьми, ходим по магазинам и т.д. К примеру, вы устраиваетесь на работу. Собираясь на собеседование, вы подготавливаете свое резюме, одеваете красивую одежду. Вы делаете все, чтобы понравится своему потенциальному работодателю.

С точки зрения маркетинга, вы делаете действия для того что бы продать себя как товар на кадровом рынке. То что вы пишете резюме – это вы собираете о себе важную информацию о своих «технических характеристиках», чтобы работодатель понял, на сколько вы хороший продукт и какие функции вы умеете делать. А то что вы усердно работаете над своим внешнем видом – это на языке маркетинга, вы делаете качественную «упаковку» себя, как товара. Важно уделять внимание как технической стороне, так и дизайну. Так же при знакомстве с девушкой или с парнем. Вы делаете все, чтобы казаться лучше, чем есть на самом деле, особенно на первых свиданиях, т.к. важно создать именно

Міжнародна науково-практична конференція
«Стратегія економічного розвитку України: теоретичні засади та механізми реалізації»

первое впечатление. Именно при первых свиданиях парни -преуспевающие бизнесмены, которые ведут активный образ жизни, а девушки – любящие ходить по театрам, читающие множество различной литературы и имеющие кучу поклонников. Именно в первые этапы отношений влюбленные люди пытаются себя продать подороже, что бы получить определенные с этого выгоды. Иногда это чисто духовные мотивы – получить расположение понравившегося человека, и иногда это и меркантильные интересы.

Можно сильно заморачиваться и пытаться устроится на определенную работу или пытаться завоевать сердце определенного человека, используя различные ухищренные методы. А можно делать большое количество попыток к разным объектам применяя небольшое количество усилий. И при большом траффике (количестве объектов) , конверсия (результат) может быть на много лучше, чем если пытаться работать только с одним объектом. Другими словами, проще делать больше разных попыток устроится на работу или попыток познакомиться, чем применять много усилий, порой безуспешных, к одному объекту.

А при хорошем траффике, если у ваши «технические характеристики» и «упаковка» будут хорошими, добиться своих целей будет довольно легко. Вы, кстати, замечали что люди работающие в сфере продаж более удачливые и коммуникабельные в реальной жизни, чем например бухгалтера или работники библиотек? И это не спроста. Потому что, люди понимающие даже интуитивно принципы маркетинга успешно применяют его в жизни, сами того не зная порой.

Список использованных источников

1. Маркетинг в быту: избавляемся от ненужных вещей с прибылью [Электронный ресурс] // experto24.ru : Ваш личный консультант [Б. м.], 2016. URL: <http://www.experto24.ru/bisnes-i-upravlenie/marketing/marketing-v-bytu-izbavljajemsja-ot-nenuzhnykh-veshchei-s-pribylju.html> (дата обращения: 14.03.2016).

<i>Чередніченко Олена, Шкурат Ірина</i> СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ КУКУРУДЗИ НА ЗЕРНО В УКРАЇНІ.....	373
<i>Чернишова Анастасія, Засць Микола</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	376
<i>Чуева Алія</i> ТРЕНДЫ КЛАСТЕРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ.....	377
<i>Шайхина Альмира</i> РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН.....	380
<i>Шаповал Сергій, Македон Галина</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІГІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	383
<i>Шарапенда Диана, Артеменко Светлана</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ЕМКОСТИ РЫНКА МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	386
<i>Шафранская Ирина</i> ОДИН ИЗ ПОДХОДОВ К АНАЛИЗУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	388
<i>Шафранский Иван</i> ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КАТЕГОРИИ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ».....	391
<i>Шелест Марина, Дубойская Виктория</i> ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	394
<i>Шорохова Аліна</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	397
<i>Шульган Наталья, Копытовских Александр</i> МАРКЕТИНГ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ.....	400
<i>Шутова Светлана</i> МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕХАНИЗМ СОТРУДНИЧЕСТВА В ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЛАТФОРМАХ.....	401
<i>Щербан Тетяна, Гоблик Володимир</i> ВЕДЕННЯ ПРИКОРДОННОЇ ТОРГІВЛІ В ПРИКОРДОННОМУ РЕГІОНІ: ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	405