ЗМІСТ

ВСТУП 11

РОЗДІЛ І. МАРКЕТИНГ

ГЛАВА 1. ВВЕДЕННЯ У МАРКЕТИНГ 14
Вступ 14
1.1. Поняття маркетингу 15
1.2. Управління маркетингом 19
Висновки 29

ГЛАВА 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ РИНКУ 31
Вступ 31
2.1. Дослідження ринку 32
2.2. Аналіз ринку 38
Висновки 43

ГЛАВА 3. КУПІВЕЛЬНА ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ 45
Вступ 45
3.1. Індивідуальні споживачі 45
3.2. Підприємства 51
Висновки 55

ГЛАВА 4. ЗБІР ІНФОРМАЦІЇ ПРО РИНОК 56
Вступ 56
4.1. Джерела інформації про споживачів 56
4.2. Процес придбання споживачем 59
4.3. Процес придбання підприємствами 61
4.4. Прогнозування потреб покупців 63
Висновки 64

ГЛАВА 5. СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ 66
Вступ 66
5.1. Поняття сегментації ринку 66
5.2. Сегментація ринку індивідуальних споживачів 68
5.3. Сегментація промислового ринку 70
5.4. Ефективність сегментації ринку 71
Висновки 72

ГЛАВА 6. РОЗРОБКА ТА УПРАВЛІННЯ ТОВАРОМ 73
Вступ 73
6.1. Поняття товару 74
6.2. Розробка товарної політики і нового товару 77
6.3. Стратегія розробки нового товару 79
6.4. Життєвий цикл товару 83
Висновки 88

ГЛАВА 7. КАНАЛИ РОЗПОДІЛУ ТОВАРІВ І ЛОГІСТИКА 90
Вступ 90
7.1. Управління продажами і канали розподілу 91
7.2. Організація і управління каналами розподілу 96
7.3. Логістика розподілу 105
Висновки 110

ГЛАВА 8. СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ 112
Вступ 112
8.1. Складові стратегії просування 113
8.2. Вибір засобів просування 117
8.3. Розробка рекламної компанії 121
8.4. Планування бюджету маркетингу 129
Висновки 130

ГЛАВА 9. СТРАТЕГІЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ 132
Вступ 132
9.1. Фактори ціноутворення 133
9.2. Основні підходи до ціноутворення 142
9.3. Стратегії ціноутворювання для нових товарів 148
Висновки 150

ГЛАВА 10. ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 151
Вступ 151
10.1. Підходи до організації служби маркетингу 151
10.2. Організаційні структури служби маркетингу 157
Висновки 164

РОЗДІЛ II. ФІНАНСИ

ГЛАВА 11. ФІНАНСИ ПІДПРИЄМСТВА: ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ І ПОНЯТЬ 165
Вступ 165
11.1. Фінанси і фінансовий менеджмент 165
11.2. Роль фінансів в управління підприємством 166
11.3. Організація фінансової діяльності підприємства 169
11.4. Звітність та контроль у сфері фінансового менеджменту 172
Висновки 173

ГЛАВА 12. ВИТРАТИ, СОБІВАРТІСТЬ, ЦІНА: ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ 174
Вступ 174
12.1. Витрати на підприємстві: види і класифікація 175
12.2. Формування собівартості товару 177

12.3. Ціна та фактори ціноутворення на підприємстві 181
Висновки 185

ГЛАВА 13. ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ 186
Вступ 186
13.1. Фінансові звіти та їх складові 187
13.2. Баланс 188
13.3. Звіт про прибутки і збитки 197
13.4. Звіт про рух грошових потоків 201
13.5. Управління фінансовим циклом на підприємстві 206
Висновки 210

ГЛАВА 14. ПОТОЧНЕ ПЛАНУВАННЯ І БЮДЖЕТУВАННЯ 212
Вступ 212
14.1. Види фінансового планування 213
14.2. Бюджет і бюджетування 217
14.3. Формування бюджетів надходжень і витрат 221
14.4. Бюджет грошових коштів 225
Висновки 226

ГЛАВА 15. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 227
Вступ 227
15.1. Цілі та методи фінансового аналізу 227
15.2. Аналіз фінансових коефіцієнтів 231
Висновки 239

ГЛАВА 16. ВАРТІСТЬ ГРОШЕЙ У ЧАСІ ТА ФІНАНСОВЕ ДИСКОНТУВАННЯ 240
Вступ 240
16.1. Концепція вартості грошей у часі 240
16.2. Майбутня вартість і розрахунок ануїтету 242
16.3. Теперішня вартість і розрахунок ануїтету 246
16.4. Змішаний грошовий потік 254
16.5. Амортизація кредиту 255
Висновки 257

ГЛАВА 17. ПРОГНОЗУВАННЯ І ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА 259
Вступ 259
17.1. Прогнозування для фінансової стратегії підприємства 260
17.2. Особливості моделей і видів фінансових прогнозів 266
17.3. Фінансове прогнозування і використання сценаріїв 275
17.4. Прогнозний аналіз інвестиційних проектів 278
Висновки 284

ГЛАВА 18. ФІНАНСУВАННЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ 285
Вступ 285
18.1. Джерела зовнішнього фінансування 286
18.2. Залучення інвестицій у розвиток бізнесу 289
18.3. Особливості кредитування бізнесу 292
18.4. Фінансовий моніторинг для запобігання проблем 293
18.5. Міжнародна технічна допомога для розвитку бізнесу 296
Висновки 307

РОЗДІЛ III. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

ГЛАВА 19. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ В МАРКЕТИНГУ 309
Вступ 309
19.1. Економічні закони і категорії 311
19.2. Методи аналізу 312
Висновки 318

ГЛАВА 20. ОСНОВНІ ЕКОНОМІЧНІ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКИ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ 319
Вступ 319
20.1. Основні припущення при аналізі економічних взаємозв'язків 320
20.2. Функція споживання 321
20.3. Рівноважний дохід 323
20.4. Мультиплікатор 326
20.5. Функція заощадження 329
20.6. Виробничі накопичення 333
Висновки 335

ГЛАВА 21. МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ СПОЖИВАННЯ: СТРУКТУРА І ФАКТОРИ ВПЛИВУ 336
Вступ 336
21.1. Теоретичний і статистичний підходи до аналізу споживання 337
21.2. Фактори впливу на споживання 338
21.3. Держава і споживання 355
21.4. Взаємозв'язки між доходом і споживанням 357
Висновки 360

ГЛАВА 22. КОМПОЗИТНІ ІНДЕКСИ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ 361
Вступ 361
22.1. Аналіз основних досліджень 362
22.2. Дифузійні індекси 363

22.3. Характеристика PMI-індекс 365
22.4. Показники ділової активності 367
22.5. Розрахунок індексів ділової активності в умовах України 371
Висновки 378

ГЛАВА 23. ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ В СИСТЕМІ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ 380
Вступ 380
23.1. Ключові балансові взаємозв'язки з урахуванням зовнішньої торгівлі 381
23.2. Проста модель платіжного балансу 384
23.3. Досягнення рівноваги платіжного балансу 388
Висновки 391

ГЛАВА 24. ВИКОРИСТАННЯ СЕРЕДНІХ ЦІН ПРИ АНАЛІЗІ КОН'ЮНКТУРИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ 392
Вступ 392
24.1. Інформація про ціни у статистиці зовнішньої торгівлі 393
24.2. Методи розрахунку зміни цін у зовнішній торгівлі 393
24.3. Моделі поведінки споживачів і виробників 395
Висновки 402

ГЛАВА 25. СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ФОРМУВАННЯ УМОВ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ 403
Вступ 403
25.1. Показники умов зовнішньої торгівлі країни 405
25.2. Внутрішньогалузева торгівля 407
25.3. Коефіцієнт товарної структури 410
25.4. Вплив валютного курсу на формування умов зовнішньої торгівлі 413
Висновки 420

ГЛАВА 26. ПРОГНОСТИЧНІ МЕТОДИ ДИНАМІКИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ 421
Вступ 421
26.1. Фактори впливу на обсяги і структуру зовнішньої торгівлі 422
26.2. Типи прогнозних моделей зовнішньої торгівлі 424
26.3. Прогнозування динаміки зовнішньої торгівлі 429
26.4. Прогнозуванні зовнішньої торгівлі України 433
Висновки 435

ПІСЛЯМОВА 436

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ 441

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ 446