



**МАТЕРІАЛИ ПРИЧОРНОМОРСЬКОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКОГО СКЛАДУ**

Міністерство аграрної політики і продовольства України  
Миколаївський державний аграрний університет



**МАТЕРІАЛИ ПРИЧОРНОМОРСЬКОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКОГО СКЛАДУ**

м. Миколаїв, 18-20 квітня 2012 року

Миколаїв  
2012

**УДК 001:374.4**  
**ББК 72+74.58**  
**М 34**

Конференцію зареєстровано в УкрІНТЕІ (посвідчення № 252 від 20.03.2012 р.)

**Редакційна колегія:**

В. С. Шебанін – д-р техн. наук, професор;  
О. М. Вишневська – д-р ек. наук, доцент;  
В. П. Клочан – канд. ек. наук, доцент;  
Н. М. Сіренко – д-р ек. наук, доцент;  
М. В. Дубініна – канд. ек. наук, доцент;  
В. О. Ханстантинов – канд. філос. наук, доцент;  
Ш. М. Іхсанов – канд. техн. наук, доцент;  
Н. Г. Шарата – канд. пед. наук, доцент.

М 34 Матеріали Причорноморської регіональної науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу, 18-20 квітня 2012 р., м. Миколаїв. – Миколаїв : МДАУ, 2012 – 126 с.

У збірнику опубліковано тези доповідей науковців обліково-фінансового факультету на Причорноморській регіональній науково-практичній конференції, на якій обговорювались питання розвитку аграрного сектора економіки України, а саме: формування інноваційної економіки в Україні, вдосконалення бухгалтерського обліку, обліково-фінансового забезпечення розвитку аграрних підприємств, соціології праці та управління, актуальних проблем економіки України, соціально-політичних наук, економічного аналізу і аудиту, сучасних комп'ютерних технологій в економіці й освіті, українознавства.

УДК 001:374.4  
ББК 72+74.58

© Миколаївський державний аграрний університет, 2012

**УДК 631.151.3:338.43**

**ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ В СІЛЬСЬКОМУ  
ГОСПОДАРСТВІ**

*Лункіна Т.І., кандидат економічних наук, асистент,  
Миколаївський державний аграрний університет*

Для зміцнення та досягнення економічно стійкого розвитку сільськогосподарських підприємств на аграрному ринку є застосування маркетингової роботи. Особливості маркетингу в сільському господарстві тісно пов'язані з специфікою виробництва, яка характеризується різноманітністю асортименту продукції й учасників ринку, сезонністю виробництва, низьким рівнем науки і мистецтва маркетингової діяльності в АПК, порівняно з іншими сферами діяльності, сприйняттями та адаптивністю споживачів до товарів першого вжитку, різноманітністю форм господарювання.

Аналіз показав, що в більшості сільськогосподарських підприємствах Миколаївської області не використовується маркетингова складова, яка є однією із основних елементів ефективного господарювання підприємства. Так, за даними досліджень у 2009-2011 рр. більше, ніж у 75 % сільськогосподарських підприємств області використовуються окремі функції

маркетингу, близько 25 % здійснюють маркетингову діяльність, спрямовану на реалізацію товарної і збутової стратегій, всю систему маркетингу не застосовує жодне сільськогосподарське підприємство. Керівництво сільськогосподарських підприємств мало уваги приділяють дослідженням ринку та ціноутворенню, а це в свою чергу, призводить до зниження конкурентоспроможності продукції.

Основними причинами, що стримують розвиток аграрного маркетингу є: нерозвинена ринкова інфраструктура, нестача кваліфікованих кадрів, які володіють досвідом маркетингової роботи, відсутність повної інформації про стан внутрішнього і зовнішнього ринків продукції сільськогосподарського призначення, нестача матеріально-технічних і фінансових ресурсів для створення і функціонування служби маркетингу на підприємстві.

У результаті узагальнення світового досвіду використання маркетингу на аграрних підприємствах виявлено, що у розвинених країнах світу його проведення вимагає значних витрат. Так, за даними міжнародних маркетингових досліджень половину роздрібної ціни будь-якого товару становлять витрати на маркетингові дослідження. Наприклад, у м'ясному підкомплексі США у роздрібній ціні 1 кг яловичини, що становить 6,5 дол. США, частка маркетингу – 3,2 дол. (або 49,2 %), свинини, відповідно – 5,2 і 2,7 дол. США (або 51,9 %) [2].

Основним із дієвих засобів інтенсифікації маркетингової стійкості є реклама. Вона становить чи не 80% усіх деталей успішної торгівлі у світі. Чимало є способів рекламування сільськогосподарської продукції. Так, якщо потрібно охопити велику аудиторію, яку може зацікавити продукція, то телебачення – найоптимальніший варіант. Проте не кожен аграрій може собі дозволити рекламу на телебаченні, тому що вона є досить дорогою. Тому варто звернути увагу на спеціалізовані видання, такі як “Аграрний тиждень”, “Агробізнес сьогодні”, “Агроперспектива” та інші. Використання аграріями придорожніх рекламних стендів і торговельних павільйонів, які можуть бути розташовані на території аграрних підприємств, поблизу доріг, вказуючи про напрямок до поля, а також інформуючи покупця про ціни – це необхідні умови для ефективного функціонування реклами.

Дієвим механізмом реклами є застосування Інтернет-реклами. Він може забезпечити ринок збуту для продукції, яка не має достатнього попиту на ринку сьогодні, а також може допомогти балансувати асортиментом продукції, враховувати критичні обсяги виробництва і вимоги до якості продукції. Можна сформулювати клієнтську базу і займатися продажем напряму споживачам. Прикладом цього є прямий продаж продукції ресторанам супермаркетам, продуктовим магазинам, цей метод усуває одного з посередників. У світі відомо чимало прикладів, коли при прямому продажу у меню поряд з назвою страви вказують ще й назву аграрного підприємства, реквізити, вплив цієї продукції на поліпшення здоров'я людини.

Одним із способів підвищення маркетингової організації на підприємстві є постійна участь суб'єктів господарювання у різноманітних виставках-ярмарках, що дає змогу заявити про себе та про свій вид продукції. Проте

недостатня інформованість щодо строків, термінів проведення даних заходів уповільнюють розвиток маркетингової діяльності на підприємстві.

Також одним із дієвих механізмів маркетингу є застосування бечмаркінгу – безперервного процесу порівняння товарів (робіт, послуг), виробничих процесів, методів та інших дієвих складових ефективної діяльності підприємства. Порівняння показників діяльності та зіставлення своїх можливостей з конкурентами дає можливість виявити позитивні та негативні моменти розвитку підприємства. В Україні, на жаль, цей метод не отримав достатнього розповсюдження, причинами є: відсутність чіткого розуміння даного підходу та доступу до достовірної інформації конкурентів.

Тому процес переходу до маркетингової орієнтації повинен мати в кожному сільськогосподарському підприємстві індивідуальний характер і залежати від обсягів виробництва продукції, зв'язків, що склалися, територіального розташування і багатьох інших чинників.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Артюх Т.О. Особливості маркетингових досліджень на ринку с.-г. продукції / Т. О. Артюх // Економіка АПК. – 2008. – № 8. – С.122-126.
2. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент / А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2008. – 268 с.

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ “ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ І СУСПІЛЬНІ НАУКИ”

<i>Ханстантинов В.О.</i> ІСТОРИЧНА ПАМ'ЯТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ КУЛЬТУРИ У ВЗАЄМОДІІ.....	3
<i>Молчанова О. Б.</i> ДОВІРА В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ.....	5
<i>Марчук Л.П.</i> СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ.....	7
<i>Золотих І.Б.</i> ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛВОСТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	10
<i>Мандрик Л.П.</i> ПОЛІТИЧНА СОЦІАЛІЗАЦІЯ МОЛОДІ В УМОВАХ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	12
<i>Біліченко О.С.</i> ВИКОРИСТАННЯ ВІДНОВЛЮВАНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АПК УКРАЇНИ .....	14
<i>Грехова-Бейгул О.Т.</i> СТАЛІЙ РОЗВИТОК РИНКУ ЗЕРНА – ЗАПОРУКА ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ.....	16
<i>Казачинський Є.Г.</i> ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ УЯВЛЕНЬ ПРО ТОЛЕРАНТНІСТЬ В УКРАЇНСЬКІЙ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІЙ ДУМЦІ ХІХ СТОЛІТТЯ.....	18
<i>Пилипенко Т.В.</i> ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ВИРОБНИЦТВА РІПАКУ.....	20
<i>Шпак Д.О.</i> ОПОЗИЦІЙНИЙ ЧИ ДИСИДЕНТСЬКИЙ РУХ В УРСР У ПОСТСТАЛІНСЬКУ ЕПОХУ: ПРОБЛЕМА ВИЗНАЧЕННЯ.....	22

### СЕКЦІЯ “ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ І АУДИТ”

<i>Клочан В.П.</i> УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ТА НАПРЯМКИ ЙОГО ПОКРАЩЕННЯ.....	25
<i>Вишнеvsька О.М.</i> ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД У ВИКОРИСТАННІ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ.....	26
<i>Костаневич Н.І.</i> СПОЖИВЧУ КООПЕРАЦІЮ ТРЕБА ВІДРОДЖУВАТИ.....	28
<i>Ужва А.М.</i> УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В СИСТЕМІ КОНТРОЛІНГУ ПІДПРИЄМСТВА... ..	30
<i>Белевят О.А.</i> ЗАЛЕЖНІСТЬ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ВІД МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ.....	32
<i>Костирко А.Г.</i> ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ФІНАНСОВОЇ РІВНОВАГИ.....	34
<i>Саваріна І.П.</i> ОРЕНДНІ ВІДНОСИНИ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОГО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА.....	36
<i>Мельничук Л.С.</i> АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА РЕЗЕРВИ ЇХ ПІДВИЩЕННЯ.....	38
<i>Альбеценко О.С.</i> КОНВЕРСІЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ЗЕМЕЛЬ: ДОСВІД США... ..	40

### СЕКЦІЯ “СУЧАСНІ КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ Й ОСВІТІ”

<i>Іхсанов Ш.М., Боборикіна Л.Я.</i> ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ СТОХАСТИЧНИХ МЕРЕЖНИХ МОДЕЛЕЙ НА БАЗІ МАРКІВСЬКОГО ПРОЦЕСУ.....	41
<i>Андріанова І.К., Нелєпова А.В.</i> ПІДГОТОВКА СТУДЕНТІВ ДО НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ: МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	43
<i>Кірей К.О.</i> ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ.....	44
<i>Нелєпова А.В.</i> ПРОЕКТУВАННЯ ЕКСПЕРТНОЇ СИСТЕМИ “МОНІТОРИНГ РИНКУ ПРАЦІ” (ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ).....	47
<i>Борян Л.О.</i> КОМП'ЮТЕРНА ГРАМОТНІСТЬ – ОСНОВА ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СУЧАСНІ ЛЮДИНИ.....	49
<i>Лопушанська В.В.</i> ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ РОСЛИННИЦТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	51

<i>Мигович С.М.</i> ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ СЕРВІСІВ НА ОСВІТНЮ ДІЯЛЬНІСТЬ.....	53
<i>Розачова С.А.</i> АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЗА ДОПОМОГОЮ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ ФІРМИ “1С”.....	55

## СЕКЦІЯ “БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК”

<i>Дубініна М.В.</i> ОЦІНКА СТАНУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА У КОНТЕКСТІ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ.....	57
<i>Потриваєва Н.В.</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	59
<i>Лагодієнко Н.В.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИТРАТ І ДОХОДІВ ПОВ'ЯЗАНИХ З РЕАЛІЗАЦІЄЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	61
<i>Ксьонжик І.В.</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ...	63
<i>Кузьома В.В.</i> АКТУАЛІЗАЦІЯ ПОКАЗНИКІВ НОРМАТИВНОЇ ГРОШОВОЇ ОЦІНКИ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ.....	65
<i>Чебан Ю.Ю.</i> НЕОБХІДНІСТЬ ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ.....	67
<i>Сирцева С.В.</i> ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	69
<i>Пісоченко Т.С.</i> РЕТРОСПЕКТИВА АГРАРНОГО СЕКТОРУ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	71
<i>Лесік І.М.</i> ПРОЯВ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ В ОВОЧЕПРОДУКТОВОМУ ПІДКОМПЛЕКСІ.....	73
<i>Боднар О.А.</i> СТАН СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ СЕЛА В РЕГІОНІ .....	75
<i>Лугова О.І.</i> РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ У РОЗВИТКУ СВИНАРСТВА.....	77
<i>Марковська Т.С.</i> ЗАЙНЯТІСТЬ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ.....	79

## СЕКЦІЯ “ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ”

<i>Сіренко Н.М.</i> МАРКЕТИНГ В ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ.....	82
<i>Бурковська А.В.</i> БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	83
<i>Рябенко Г.М.</i> ДОСВІД ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ ЗА КОРДОНОМ.....	85
<i>Лункіна Т.І.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	87
<i>Мельник О.І.</i> СКЛАДОВІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА .....	89
<i>Резніченко Д.В.</i> ОБГРУНТОВАНА МИТНА ПОЛІТИКА – ВАЖЛИВА УМОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	91
<i>Чайка Т.О.</i> СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ.....	93
<i>Барішевська І.В.</i> МЕТОДИКА ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	95
<i>Павлюк Є.О.</i> ДЕРЖАВНИЙ ЛІЗИНГ ЯК ЗАСІБ ОНОВЛЕННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	98
<i>Устименко О.С.</i> ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ.....	100
<i>Волкова І.Г.</i> ВЗАЄМОВІДНОСИНИ АГРАРНИХ ВНЗ В ПРОЦЕСІ ЗДІЙСНЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	102



## СЕКЦІЯ “УКРАЇНОЗНАВСТВО”

<i>Шарата Н.Г.</i> ІННОВАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНА ІНТЕНСИФІКАЦІЯ У ВНЗ	105
<i>Березовська Т.В.</i> ЖИТТЄДІЯЛЬНІСТЬ М.Є. ЛІВАНОВА	110
<i>Кравченко Т.П.</i> ФОРМУВАННЯ ЛОГІКО-ПОНЯТТЄВОГО АПАРАТУ ЕКОНОМІКИ АПК	113
<i>Кунашенко О.В.</i> РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ КУЛЬТУРНИХ ТРАДИЦІЙ, КУЛЬТУРИ СПІЛКУВАННЯ І ЇХ ВЗАЄМОВПЛИВИ НА СТАНОВЛЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СТУДЕНТА	115
<i>Лукьяненко Д.В.</i> ДЕЯКІ АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОГО СЛОВА	118
<i>Домбровська Л.І.</i> ПСИХОЛОГО-СОЦІАЛЬНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ (мотиваційний аспект)	120

Наукове видання

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ ПРИЧОРНОМОРСЬКОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКОГО СКЛАДУ  
18-20 квітня 2012 р.  
м. Миколаїв**

Технічний редактор: *І.В. Ксьонжик*  
Комп'ютерна верстка: *Ю.В. Антонович*

Підписано до друку 25.06.2012. Формат 60 x 84 1/16.  
Папір друк. Друк офсетний. Ум.друк.арк. .  
Тираж 100 прим. Зак. № \_\_\_\_. Ціна договірна.

---

Надруковано у видавничому відділі  
Миколаївського державного аграрного університету  
54010, м. Миколаїв, вул. Паризької комуни, 9

---

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1155 від 17.12.2002 р.