



**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

СЕКЦІЯ “ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ”

УДК 330.341.1:338.432

МАРКЕТИНГ В ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

*Сіренко Н.М., доктор економічних наук, доцент,
Миколаївський державний аграрний університет*

Конкурентоспроможність підприємств та країни безпосередньо залежить від наявного інтелектуального потенціалу, завдання по формуванню якого покладено на навчальні заклади, в тому числі і вищі. В сучасних турбулентних зовнішніх умовах для виконання цього завдання вищі навчальні заклади повинні розвиватися випереджаючими темпами по відношенню до змін зовнішнього середовища. Відповідно змінюється і роль маркетингу в діяльності вищого навчального закладу, який стає базисом всього процесу управління, що пов'язує діяльність закладу із потребами споживачів освітніх послуг та суспільства.

Головним завданням маркетингової діяльності вищого навчального закладу повинне стати визначення потреб, бажань та інтересів споживачів його послуг та їх задоволення з метою збереження і покращення добробуту споживачів і суспільства в цілому.

В загальному вигляді маркетингова діяльність вищого навчального закладу повинна забезпечувати йому створення переваг:

1. Успіх у виконанні місії вищого навчального закладу.
2. Оптимальне задоволення потреб цільових аудиторій вищого навчального закладу. До цільових аудиторій вищого навчального закладу можна віднести (виходячи з того, що цільова аудиторія – це особи або групи осіб, які мають дійсний або потенціальний інтерес до вищого навчального закладу або ж вплив на нього): абітурієнти; студенти; батьки абітурієнтів та студентів; адміністрація та співробітники; урядові організації; конкуренти; постачальники; роботодавці; організації, що фінансують наукові дослідження; випускники; суспільні організації; засоби масової інформації.
3. Покращення процесу залучення маркетингових ресурсів (студенти, співробітники, фінансові ресурси тощо).
4. Підвищення ефективності маркетингових дій.

Вітчизняні вищі навчальні заклади відповідно до рівня реагування на потреби споживачів, а отже, здійснення ефективної маркетингової діяльності можна розділити на три групи:

1. Заклад, що не реагує на потреби споживачів. Така позиція може бути пов'язана із браком коштів, здібних працівників, кризою влади, відсутністю конкуренції, зосередженістю на інших проблемах тощо. Ознаками закладів цієї групи є: впевненість в тому, що вони знають потреби споживачів; виконання роботи в рутинному режимі; безособова політика; регламентування роботи кожного співробітника; жорстка ієрархія в колективі.

2. Заклад, що фрагментарно реагує на потреби споживачів. Найпоширеніший вид, виникнення якого зумовлено зменшенням кількості абітурієнтів. Але така реакція не може мати довгострокових результатів, оскільки заклад припиняє реагувати відразу після короткотермінового покращення ситуації.

3. Заклад, що постійно реагує на потреби споживачів. Він досліджує не лише задоволення поточних потреб споживача, але й незадоволені потреби та переваги споживача, щоб виявити шляхи покращення своїх послуг; організовує власну діяльність, щоб завжди підтримувати належну якість; обирає, навчає та надає повноваження власним працівникам для того, щоб вони орієнтувалися на споживача. Основні етапи створення такого вищого навчального закладу: 1) підтримка з боку вищого керівництва; 2) ефективна організаційна структура; 3) внутрішнє маркетингове тренування; 4) залучення співробітників з маркетинговою орієнтацією; 5) залучення фахівців з маркетингу.

Вищі навчальні заклади, які орієнтуються на постійне підвищення освітніх послуг, мають значні переваги у впровадженні маркетингу і здатні виділяти критичні процеси, що впливають на задоволення потреб споживачів, а отже, можуть своєчасно і результативно впливати на них.

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 ПРОМИСЛОВОСТІ: 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>Вишневецька 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>Устищенко 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.