

**МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА
ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЇ

**ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКОГО СКЛАДУ
ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ
НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
У 2010 РОЦІ**

26–27 квітня 2011 року

Полтава 2011

<i>Русанова Г.М., к.е.н., с.н.с., Михайлова О.С., к.е.н.</i>	
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У МАЛІЙ БІЗНЕС.	104
<i>Сазанова Т.О., к.е.н., доцент кафедри менеджменту, Петрашченко Я.В., студент ОКР „Магістр”</i>	
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	106
<i>Самойлик Ю.В., к.е.н.</i>	
СТРАТЕГІЯ РОЗРОБКИ СОЦІАЛЬНОГО ПРОЕКТУ	108
<i>Сахарова Л.Н., старший преподаватель кафедры иностранных языков</i>	
СЛОВООБРАЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА	109
<i>Сердюк О.І., к.е.н., доцент, Колесников О.С., студент ОКР „Магістр”</i>	
ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ	112
<i>Скубій Н.С., асистент кафедри ІСІТ</i>	
МЕТОДИКА ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ	114
<i>Снітко Ю.М., аспірант</i>	
АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗАГРОЗ НА СТАН ЕКОНОМІЧНО-ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	116
<i>Сосновська О.О., к.е.н., доцент</i>	
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА: ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ	118
<i>Терещенко І.О., аспірант кафедри маркетингу</i>	
РОЛЬ МОЛОТОЧНОЇ ГАЛУЗІ У ФОРМУВАННІ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ	121
<i>Тютюнник М.Г., к.с.-г.н., доцент</i>	
НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА	123
<i>Флегантова А.Л., аспірант кафедри маркетингу</i>	125
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	125
<i>Хурдей В.Д., к.е.н., доцент</i>	
МАРКЕТИНГ ВЗАЄМИН	126
<i>Чехлатий О.М., ст. викладач кафедри ІСІТ</i>	
РОЗРОБКА МЕТОДИК НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ З ГОДІВЛІ СВИНЕЙ ВЧЕНИМИ ІНСТИТУТУ СВИНАРСТВА ІМ. О.В. КВАСНИЦЬКОГО НААНУ	129
<i>Шевченко І.В., асистент кафедри ОВіД</i>	
РОЛЬ ДОРАДЧИХ СЛУЖБ В РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ	131
<i>Шейко К.В., асистент кафедри ІСІТ, Протас Н.М., к.с.-г.н., доцент, Гончарова В.М., асистент кафедри ІСІТ, Неділько Т.М., асистент кафедри ІСІТ</i>	
ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ЕКОНОМЕТРИЧНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ У СУСПІЛЬСТВІ	134
<i>Шмиголь Ю.В., к.с.-г.н., доцент</i>	
ОСОБЛИВОСТІ УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ	136

<i>Шульженко І.В., к.е.н., доцент</i>	
ВИКОРИСТАННЯ КОУЧИНГОВОГО ПІДХОДУ ЯК СТИЛЮ КЕРІВНИЦТВА В ОРГАНІЗАЦІЇ	139
<i>Шупта І.М., старший викладач кафедри менеджменту</i>	
КОМПОНЕНТИ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА В КОНТЕКСТІ ЙОГО КОНФЛІКТОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ	141
<i>Щетініна Т.О., старший викладач кафедри менеджменту</i>	
ПРАВОВИЙ СТАТУС ЦЕНТРАЛЬНИХ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ: ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ	143
<i>Яснолоб І.О., аспірант кафедри маркетингу, Науковий керівник: к.е.н., доцент Писаренко В.В.</i>	
РОЗВИТОК ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПЛОДОВООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ	145

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Науково-технічний розвиток промисловості можливий за рахунок створення, державної підтримки й ефективного використання продукції високотехнологічного сектору. В умовах міжнародного поділу праці та міжкраїнової спеціалізації міжнародна конкуренція посилюється. Пошук своєї ніші та утримання позицій на світовому ринку стають дедалі важчими. Тому українська продукція має бути оригінальною [3, с. 19].

Сучасна орієнтація економіки України на підвищення конкурентоспроможності обумовлює розвиток та активізацію інноваційної діяльності підприємств, оновлення реального сектору економіки, забезпечення сталого соціально-економічного розвитку держави. Активізація інноваційної складової економічного розвитку вимагає формування моделі інноваційного розвитку, становлення інноваційного підприємництва, посилення інноваційного характеру виробничої діяльності. Все це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності національної економіки, збереженню і примноженню інтелектуального потенціалу нації [2, с. 212].

В зв'язку з цим розв'язання проблем інвестування є одним із найважливіших завдань сьогодення. Активізація інвестиційного процесу є вирішальною умовою успішного продовження соціально-економічних перетворень [1, с. 64].

Процес глобалізації економіки зумовлює підвищення інноваційної активності в Україні та відкриває перед Україною перспективи залучення фінансових ресурсів, яких так не вистачає для того, щоб розвивати інноваційний процес. Протягом останніх років Україна отримує чималі валютні надходження з різних джерел, але іноземні інвестиції, відіграють досить незначну роль. Основний потік прямих іноземних інвестицій направляється в Київ і східні регіони.

Модель інноваційного розвитку України повинна поєднувати в собі складові, які характерні для різних типів сучасних моделей, починаючи з державної підтримки розвитку інновацій та закінчуючи внутрішньою мотивацією суб'єктів господарювання розвитку інновацій та інноваційного підприємництва. Вона повинна реалізовуватися головним чином через проведення виваженої національної інноваційної і промислової політики. Саме держава повинна взяти на себе зобов'язання створити сприятливі організаційні та економічні умови, які б забезпечили успішне практичне втілення інноваційних ідей та проектів. Таким чином, для здійснення стратегії інноваційного розвитку необхідні, передусім, перерозподіл капітальних інвестицій на користь інноваційної сфери, підвищення ефективності використання цих ресурсів, консолідація всіх сил українського суспільства для побудови ефективного і високотехнологічного промислового комплексу, а також для відновлення процесу інтеграції знань. Реалізуючи інноваційно-

інвестиційну політику для України необхідно звертати увагу на пропорційний розподіл інвестицій по всій території України, обираючи у кожному регіоні найбільш перспективні галузі для впровадження інновацій.

Список використаних джерел

1. Малютін О.К. Концепція поліпшення інвестиційного клімату в Україні / Малютін О. К. // Фінанси України. - №11. - 2008. - с. 64 - 74.
2. Сапун Л.В. Проблеми формування інноваційної моделі розвитку економіки України / Сапун Л.В. // Механізм регулювання економіки. - №1. - 2008. - с. 212 - 218.
3. Сидорова А. Напрями інноваційного розвитку в промисловості України / Сидорова А. // Економіка України. - №3. - 2009. - с. 19 - 26.

УДК УДК 338.48.22

Хурдей В.Д., к.е.н., доцент

МАРКЕТИНГ ВЗАЄМИН

Сучасні маркетологи повинні працювати не з «портретами» споживачів, виявленими в результаті вибіркового опитувань, а з конкретними, живими людьми, з їхніми реальними особливостями, запитами, переживаннями.

Маркетинг взаємин, що набирає чинність - це продукт інформаційної епохи. Але чи змінюються головні принципи, підходи до сегментування, позиціонування, маркетингового інструментарію? Як головні етапи маркетингової діяльності вони залишаються непорушними. Змістовна ж частина, безумовно, потребує змін. Наприклад, сегментування, з позиції маркетингу взаємин, повинне передбачати цінність (прибутковість) споживача. Тобто, програми взаємодії розроблятися відповідно до сум грошей, які споживачі залишають підприємству протягом певного періоду часу. Тут гуманізм підходу може суперничати тільки із прагматизмом. Втім, це цілком у дусі маркетингу: облік потреб повинен забезпечувати прибуток.

Навряд чи маркетинг відмовиться й від ідеї позиціонування як способу диференціації марок у свідомості споживачів. З позиціонування виріс бренд, а також брендинг як метод керування споживчою свідомістю. Це шлях від простого ідентифікатора (імені) марки до досить складної й мудрової конструкції, названою ідентичністю бренда.

Сьогодні у будівництві бренда беруть участь дослідники, психологи, лінгвісти, комп'ютерщики, юристи, дизайнери, фахівці в області маркетингової естетики й т.д. Тут важливо, щоб поле уяви не суперечило реальності самого продукту й тих базових вигід, які споживач хотів би одержати.

Безперечно, споживачеві простіше здійснювати вибір, коли є бренд, але вибір ускладнюється коли ринок брендами переповнений. Та і бренд не всемогутній, коли можливості й бажання споживача - вибирати й розрізняти - закінчуються.

Отже, позиціонування, у контексті маркетингу взаємин - це концентрат ідей, які потрібно довести до споживача за допомогою маркетингових