

**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 2011 РОЦІ**

15–16 травня 2012 року

Полтава 2012

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВИХ КООПЕРАТИВІВ КРАЇН ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ.....	108
<i>Самойлік Ю.В., к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСОПРОДУКЦІЇ.....	110
<i>Сердюк О.І., к.е.н., доцент</i>	
<i>Фисун В.В., студент ОКР „Магістр”, спеціальність „Адміністративний менеджмент”</i>	
ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК РЕСУРС, ЩО СПРИЯЄ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	113
<i>Снітко Ю.М., аспірант</i>	
РОЛЬ ПЛАНУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНО-ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	115
<i>Сосновська О.О., к.е.н., доцент</i>	
АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	117
<i>Тереженко І.О., асистент кафедри маркетингу</i>	
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВО МОЛОКА У ГОСПОДАРСТВАХ НАСЕЛЕННЯ.....	119
<i>Тютюнник М.Г., к.с.-г.н., доцент, завідувач, професор кафедри ОВіД</i>	
РОЗВИТОК МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА В ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	121
<i>Федірець О.В. к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА ТА ВИКОРИСТАННЯ БІОПАЛИВА В УКРАЇНІ.....	123
<i>Флегантова А.Л., аспірант кафедри маркетингу</i>	
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОБЛАСТЯХ УКРАЇНИ.....	126
<i>Хурдей В.Д., к.е.н., доцент</i>	
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ ПРОДУКЦІЮ.....	128
<i>Чехлатий О.М., ст. викладач кафедри ІСіТ</i>	
ВНЕСОК ВЧЕНИХ ІНСТИТУТУ СВИНАРСТВА В РОЗРОБЛЕННЯ РАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ГОДІВЛІ ПОРОСЯТ ТА ВИРОЩУВАННЯ МОЛОДНЯКУ СВИНЕЙ.....	131
<i>Шейко К.В., асистент кафедри ІСіТ;</i>	
<i>Протас Н.М., к.с.-г.н., доцент</i>	
ВИКОРИСТАННЯ ДРОБОВО-ЛІНІЙНОГО ПРОГРАМУВАННЯ ДЛЯ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА.....	133
<i>Шульженко І.В., к.е.н., доцент</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ЕФЕКТИВНОГО ЛІДЕРСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	136
<i>Шупта І.М., к.п.н., доцент кафедри менеджменту,</i>	
<i>Лещина О.Г., ст. викладач кафедри менеджменту</i>	
РОЛЬ ТА МІСЦЕ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПРОФЕСІЙНОМУ ТА ОСОБИСТІСНОМУ СТАНОВЛЕННІ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА.....	138
<i>Щетініна Т.О., ст. викладач кафедри менеджменту</i>	
СТРУКТУРА ЦЕНТРАЛЬНИХ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ: ІСТОРИЧНИЙ ДОСВІД ДОБИ УКРАЇНСЬКОЇ ЦЕНТРАЛЬНОЇ РАДИ.....	140

<i>Яснолоб І.О., аспірант кафедри маркетингу</i>	
<i>Науковий керівник д.е.н., професор Писаренко В.В.</i>	
РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ПЛОДООВОЧЕВОГО РИНКУ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	143
<i>Самчук М.А., к.е.н., доцент,</i>	
<i>Клименко Є.О., студент ОКР „Магістр”</i> □	
<i>Спеціальність „Адміністративний менеджмент”</i> □	
УПРАВЛІННЯ ТА РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	144
<i>Самчук М.А., к.е.н., доцент,</i>	
<i>Клименко Є.О., студент ОКР „Магістр”</i> □	
<i>Спеціальність „Адміністративний менеджмент”</i> □	
ДІЛОВА ОЦІНКА ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	147

засоби технічно придатні для використання палива з добавкою до 15% біоетанолу або ЕТБЕ [2].

Концепція виробництва біоетанолу в Україні включає кілька напрямків. Реконструкція існуючих спиртових заводів дозволить довести виробництво паливного етанолу до 0,3 млн. т за рік [1]. Крім того, планується будівництво таких заводів малої потужності (до 5 т етанолу на добу) на базі підприємств переробної промисловості та безпосередньо в сільськогосподарських підприємствах [1]. Пуск в експлуатацію нових технологічних ліній малої потужності дасть змогу отримувати 0,05 млн. т цього продукту за рік. До недавнього часу в Україні працював 191 цукровий завод, 75 з яких поступово можна дообладнати відділеннями з виробництва паливного етанолу [1], що розширить період використання технологічного обладнання, яке традиційно працює лише три-чотири місяці на рік. Дооснащення цукрових заводів відповідними технологічними лініями дасть можливість отримувати 1,65 млн тонн етанолу на рік. Таким чином, з урахуванням всіх напрямків концепції, в Україні можна було б отримувати 2 млн т біоетанолу за рік.

Список використаних джерел

1. Девянин С.Н. Растительные масла и топлива на их основе для дизельных двигателей / С.Н. Девянин, В.А. Марков, В.Г. Семенов. – Х.: Новое слово, 2007. – 600 с.
2. Калетнік Г.М. Розвиток ринку біопалив в Україні: [моногр.] / Г.М. Калетнік. – К.: Аграрна наука, 2008. – 464 с.
3. Про стан використання біодизеля та біоетанолу у світі та в Україні / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://escoccosys.narod.ru/2009_6/art026.htm

УДК 330.341.1:330.322(477)

Флегантова А.Л., аспірант кафедри маркетингу

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОБЛАСТЯХ УКРАЇНИ

Процес глобалізації економіки зумовлює підвищення інноваційної активності в Україні та відкриває перед Україною перспективи залучення фінансових ресурсів, які б сприяли покращенню інноваційного процесу.

На території України існує чітка межа між економічно розвиненими та економічно нерозвиненими областями. Стабільно благополучними областями у 2009 році були: Дніпропетровська, Донецька, Київська області та м. Київ. Існували також так звані депресивні регіони, серед яких: Закарпатський, Івано-Франківський, Рівненський, Чернівецький, які мають низький рівень інноваційної активності і незначний фінансовий потенціал.

Загалом, впродовж 2000 – 2010 рр. існувала загальна тенденція до зростання витрат на фінансування інноваційної діяльності в Україні. Найбільші витрати на фінансування інноваційної діяльності в Україні спостерігаються у 2007 та 2008 рр. З них найбільшу суму становлять витрати за рахунок власних

коштів, а найменшу – витрати за рахунок іноземних інвесторів та витрати державного бюджету. Найменша сума витрат на інноваційну діяльність спостерігається у 2000 та 2001 рр. Із них у 2000 та 2001 рр. найбільше склали витрати за рахунок власних джерел а найменше – витрати державного бюджету.

Найбільша сума витрат на виконання науково-технічних робіт спостерігається у 2010 р., а найменша – у 2006 р. та спостерігається загальна тенденція до збільшення витрат на виконання науково-технічних робіт. А чисельність працівників наукових організацій навпаки скорочується із року в рік. Найбільша їх кількість спостерігається у 2006 р, а найменша - у 2010. При цьому кількість дослідників, техніків та працівників допоміжного персоналу із року в рік скорочується, а кількість докторів та кандидатів наук має тенденцію до зростання.

Найбільший обсяг інноваційних витрат в Україні за період з 2007 по 2009 рр. спостерігається у 2008 році, а найменший – у 2009 р. Найбільший обсяг інноваційних витрат спостерігається у Донецькі області у 2007 та 2008 рр. та у Луганській області у 2008 році. Найменший обсяг інноваційних витрат в Україні спостерігається у Закарпатській області у 2008 році, у Черкаській області у 2008 р. та у Чернівецькій області у 2007 р.

За період з 2004 по 2006 рр. існує три області, де спостерігалася позитивна динаміка промислових підприємств, що здійснювали інноваційну діяльність та впроваджували інноваційну продукцію – Житомирська, Одеська і Полтавська області. Серед них лідером є Полтавська область, у якій приріст у 2006 році порівняно з 2004 склав 14 підприємств.

Найбільші суми внутрішніх поточних витрат на науково-технічні роботи, виконані власними силами у регіонах України з 1995 – 2009 рр. спостерігається у Харківській області у 2008 та 2009 рр., а найменші – у Волинській та Рівненській областях у 1995 р. та у Хмельницькій області у 1995 р. та у 2000 р.

Серед областей, де спостерігається тенденція до збільшення питомої ваги інвестицій в освіту від загальної кількості інвестицій в регіоні, за період з 2005 по 2009 рр., слід зазначити Закарпатську та Миколаївську області. Яскраво виражена тенденція до зменшення спостерігалася у Київській області, а стабільною ситуацію можна назвати у Волинській, Дніпропетровській, Донецькій, Запорізькій, Івано-Франківській, Луганській, Львівській, Полтавській та Чернігівській областях. Найбільша величина інвестицій в освіту спостерігалася у 2009 р. у Закарпатській області і становила 30% від загальної величини інвестицій в область. Найменша величина інвестицій в освіту спостерігалася у Донецькій області у 2006, 2007 та 2009 рр. та у Запорізькій області у 2005, 2006 та 2007 рр. і становила – 20%.

Говорячи про Полтавську область, слід зазначити такі основні моменти стану її інноваційно-інвестиційної діяльності у період з 2001 по 2010 рр. Показник кількості інноваційно активних промислових підприємств мав загальну тенденцію до зменшення. Найбільше скорочення кількості інноваційно активних промислових підприємств спостерігалася у 2003 році порівняно з 2002 роком, що становить 52 од. Проте, у 2007 році порівняно з 2006 їх кількість збільшилася на 34 од. Обсяг реалізованої інноваційної

продукції має загальну тенденцію до зростання. Найбільше зростання цього показника відбувалося у 2009 році порівняно з 2008, коли цей показник зріс на 2725175 тис. грн. та у 2010 році порівняно з 2009, коли він зріс на 2636229 тис. грн. Значне зменшення цього показника відбулося у 2008 році порівняно з 2007 роком – на 821319 тис. грн. та у 2003 році порівняно з 2002 – на 363095 тис. грн. Обсяг прямих іноземних інвестицій також зростає у період з 2001 по 2010 рр. Найбільше його зростання спостерігається у 2009 році порівняно з 2008, коли він зріс на 147505 тис. дол. США. А у 2002 році порівняно з 2001 роком та у 2010 порівняно з 2009 спостерігається його зменшення на 31391 та 69858,2 тис. дол. США відповідно. Обсяги фінансування наукових та науково-технічних робіт не мають визначеної тенденції. Найбільше зростання цього показника спостерігається у 2005 році порівняно з 2004 роком, коли він збільшився на 15180 тис. грн. та у 2010 році порівняно з 2009 роком, коли показник збільшився на 11555,6 тис. грн., а також у 2008 році порівняно з 2007 роком, коли показник зріс на 12706,6 тис. грн. Найбільше зменшення показника спостерігалось у 2006 порівняно з 2005 роком, коли показник зменшився на 9064 тис. грн., у 2009 році порівняно з 2008 роком, коли показник зменшився на 5618,5 тис. грн. та у 2003 році порівняно з 2002 роком, коли показник зменшився на 3017,8 тис. грн. Спостерігається тенденція до зменшення кількості осіб, що навчаються у вищих навчальних закладах I-II рівнів акредитації на користь вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації. Найбільший їх приріст спостерігався у 2003 році порівняно з 2002 роком – на 2,7 тис. та у 2002 році порівняно з 2001 роком – на 2,6 тис.

Список використаних джерел

1. Статистичний щорічник Полтавської області за 2010 рік // за ред. Л.М. Безхлібняк. – 408 с.
2. <http://www.ukrstat.gov.ua>

УДК 338.516.22:658.8

Хурдей В.Д., к.е.н., доцент

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ ПРОДУКЦІЮ

У сучасних умовах успіх сільськогосподарських підприємств значною мірою залежить від того, наскільки правильно встановлені ціни на продукцію. Процес ціноутворення в сільському господарстві непростий, тому що на ціни сільськогосподарської продукції робить істотний вплив комплекс політичних, економічних, психологічних і соціальних чинників, у тому числі і тих, що не мають до маркетингу ніякого відношення. Однак, визначення цінової політики сільськогосподарських підприємств, планування цін є найважливішою складовою маркетингу. Нині значна частина керівників сільськогосподарських підприємств нашої країни не має необхідних знань щодо механізму маркетингового ціноутворення, тому часто допускаються серйозних прорахунків при встановленні цін, що негайно позначається на кінцевих

фінансових результатах, веде у ряді випадків до істотних збитків, а іноді до банкрутства підприємств.

Від рівня цін залежить ефективність виробництва, величина прибутку сільськогосподарських підприємств, конкурентоспроможність їхньої продукції, міжгалузеві пропорції, що створюють умови розширеного відтворення, фінансова стійкість підприємств.

Отже, ціна – один з елементів маркетингу, але вона єдиний елемент, який реально приносить прибуток сільськогосподарському підприємству, вся інша маркетингова діяльність є витратною (дослідження ринку, стимулювання збуту, реклама) і здійснюється з надією на отримання у перспективі прибутку від вкладених коштів [1,2].

Основною особливістю маркетингового ціноутворення є те, що ціна – один з найгнучкіших, легко змінюваних елементів комплексу маркетингу, на відміну від характеристик товару або зобов'язань, пов'язаних з каналами розподілу. Ринкова ціна не є незалежною змінною, її величина залежить від інших елементів маркетингу (наприклад, диференціації продукту, звідси, можливим стає зростання різниці між собівартістю і ціною продукту), загального стану економіки (попит, інфляція) і від конкуренції.

Сьогодні, питання маркетингового ціноутворення на сільськогосподарську продукцію здебільшого не носить характеру маркетингу, адже орієнтується на облік витрат; не передбачає гнучкості цін; ціна встановлюється без урахування елементів маркетингового комплексу; недооцінюється роль ціни у стратегії позиціонування на ринку; ціна не в повній мірі враховує особливості різних видів продукції, сегментів ринку та умов покупки.

Формуючи механізм маркетингового ціноутворення на сільськогосподарську продукцію необхідно враховувати особливості ціноутворення в сільському господарстві [4]: низька еластичність попиту на сільськогосподарську продукцію, тобто зміна ціни на продукцію слабо відбивається на рівні попиту на неї; велика кількість сільськогосподарських виробників та їх різноманітність за видами вироблюваної продукції, створюють ринок наближений до ринку досконалої (чистої) конкуренції (велика кількість продавців, кожному належить незначна частка ринку, жоден з них не впливає на рівень поточних цін; товари повністю замінні і недиференційовані; відсутність цінових обмежень); висока витратність сільськогосподарського виробництва з значною диференціацією структури і рівня витрат залежно від регіону і виду продукції; необхідність, з одного боку, державного регулювання цін на сільськогосподарську продукцію, з іншого, створення системи дотування сільськогосподарських виробників; тощо.

Маркетингове розуміння ролі ціни сільськогосподарської продукції повинне відрізнитися врахуванням нецінових факторів. Головне завдання маркетингового ціноутворення на сільськогосподарську продукцію – забезпечення оптимального рівня цін на даний продукт у цей період часу в даному регіоні.

Звісно, що засади ціноутворення в сільськогосподарській сфері