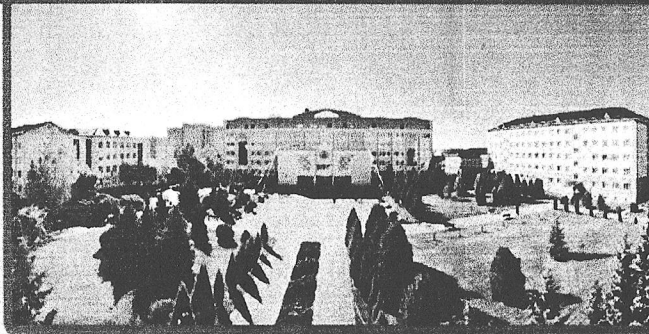


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**Збірник матеріалів  
Міжнародної науково-практичної  
конференції**

**«ТРАНСФОРМАЦІЙНА  
ДИНАМІКА РОЗВИТКУ  
АГРОПРОМИСЛОВОГО  
ВИРОБНИЦТВА»**



**7-8 травня 2015 року**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Збірник матеріалів  
Міжнародної науково-практичної конференції

**Трансформаційна динаміка розвитку  
агропромислового виробництва**

7-8 травня 2015 року

м. Вінниця

УДК 332:338.432

ББК 65.9 (4УКР) 32 + 65.049 (4УКР)

Е-45

**Трансформаційна динаміка розвитку агропромислового виробництва /**  
Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції / Редколегія:  
Калетнік Г.М., Мазур А.Г. та інші. – Вінниця: ВНАУ, 2015.

Друкується за рекомендацією Вченої ради факультету менеджменту та  
права Вінницького національного аграрного університету. Протокол №9 від  
20 квітня 2015 року.

**Редакційна колегія:**

Калетнік Г.М., професор, д.е.н., академік НААН України, ВНАУ;

Мазур А.Г., професор, д.е.н. ВНАУ;

Яремчук О.С., доцент, д.с.-г.н., ВНАУ;

Мазур В.А., доцент, к.с.-г.н., ВНАУ;

Варченко О.М., професор, д.е.н., Білоцерківський національний аграрний університет;

Маслennікова Н.П., д.е.н., професор, Державний університет управління, Росія;

Жан-П'єр Буанон, Діжонська вища школа агрономії, екології та харчових технологій  
(AgtoSupDijon), Франція;

Свиноус І.В., д.е.н., доцент, Білоцерківський національний аграрний університет;

Мельничук О.Ф., доцент, к.ю.н., ВНАУ;

Ціхановська В.М., доцент, к.е.н., ВНАУ;

Шаманська О.І., доцент, к.е.н., ВНАУ;

Омельчук В. А., професор, д.ю.н., ВНАУ;

Логоша Р. В., доцент, к.е.н., ВНАУ.

УДК: 332.1(075.8)

## ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ОЗНАКИ СУЧАСНОГО АГРАРНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Калетнік Г.М., д.е.н., професор,  
академік НААН України,  
Вінницький національний аграрний університет

*Розглядаються проблемні питання розвитку аграрного ринку України, пропонується підходи до опрацювання механізмів реалізації державної аграрної політики в умовах трансформації суспільних відносин.*

**Постановка проблеми.** Процеси трансформацій в агропромисловому виробництві України часто не відповідають встановленим пріоритетам його ефективного розвитку. Більш того, в аграрній сфері продовжують поглиблюватися та поширюватися негативні тенденції, які просто згортають загальний сільський розвиток. Сутність зазначених питань є предметом розгляду в даній публікації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням сутності і змісту трансформаційних процесів в АПК та регулюванню аграрної сфери присвячені численні праці відомих вчених аграрників: В.Г. Андрійчука, П.І. Гайдучького, М.Й. Маліка, П.Т. Саблука та багатьох інших. Проте зазначена тематика настільки складна і об'ємна, що потребує постійних системних пошуків і узагальнень.

**Метою даного дослідження** є конкретизація проблемних питань здійснення трансформацій в АПК, окреслення пріоритетів в аграрному розвитку на найближчу перспективу та випрацювання пропозицій по державному регулюванню пропорцій відтворення в агропромисловому виробництві.

**Виклад основ матеріалу.** Системне уявлення про нинішній стан аграрно – виробничих відносин в Україні показує, що основними проблемами на селі є втрата робочих місць і безробіття, бідність, занепад соціальної сфери, поглиблення демографічної кризи, нерозвиненість ринкової інфраструктури, відсутність дієвої кооперації учасників аграрного ринку та інші. Середньорічна заробітна плата в сільському господарстві, загальні доходи сільських жителів як і раніше залишаються найнижчим серед інших галузей економіки та верств населення. Все це вказує на низьку результативність та непослідовність державної аграрної політики через невизначеність пріоритетів, постійну зміну

3. Самарский А.А. Математическое моделирование: Идеи. Методы. Примеры. - 2-е изд., испр. / А.А. Самарский, А.П. Михайлов. – Т.: Физматлит, 2010. – 320 с.
4. Карданская Н.Л. Принятие управленческого решения/ Н.Л. Карданская. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 305 с.
5. Мур Дж. Экономическое моделирование Microsoft Excel, 6-е изд.: Пер. с англ./ Дж. Мур, Ларри Р. Уэдерфорд и др. – М.: «Вильямс», 2004. – 1024 с.
6. Потапова Н.А. Економетричний аналіз як аналітично-доказова база обґрунтування оцінок ринку біоресурсів/ Н.А. Потапова// Збірник наукових праць ВНАУ. – Вінниця, 2011 р.– Випуск 1(48).– С.151-154.

УДК:658.8: 339.5

## МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Ставська Ю.В., к. е. н., доцент,

Цикуя М. В., студентка,

Вінницький національний аграрний університет

*Наведено результати дослідження тенденцій розвитку маркетингу в Україні. Проведено статистичні дослідження з метою визначення найкращих напрямів розвитку. Показано, що український ринок маркетингу розвивається в руслі загальних світових тенденцій, таких як інтеграція та глобалізація. Також запропоновано ряд рекомендацій щодо покращення розвитку маркетингових комунікацій.*

**Постановка проблеми.** Активна участь підприємств АПК України у міжнародній торгівлі належить до головних напрямів на шляху інтеграції країни до світового господарства. Міжнародні ділові операції сприяють виходу на якісно новий рівень розвитку, тому проблеми вдосконалення управління та розширення масштабів зовнішньоекономічної діяльності розглядаються в контексті міжнародної інтеграції як важлива умова входження галузі вітчизняного виробника у світову господарську систему.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На сьогодні в Україні триває перехід до інформаційного суспільства, важливу роль у встановлення якого відіграє маркетинг. Інформація відіграє найважливішу роль в економічному зростанні будь - якої економіки. Про це свідчать великомасштабні дослідження, проведені в останні роки у світі. Станом на 2014 рік 68 компаній декларували себе як такі, що займаються маркетинговими дослідженнями та є членами УАМ. Дослідженням аспектів маркетингової діяльності займалися велика

кількість вітчизняних вчених, таких як: В. Андрійчук, Г. Абрамова, М. Афанасьєв, Г. Багієв, Л.В. Балабанова, М. Вачевський, А. Войчак, П. Гайдуцький, С. Гаркавенко тощо, також певна кількість зарубіжних. Це J. V. Houlihan, D.M. Lambert, M.C. Cooper, J. D. Pagh, K.R. Oliver, D.M. Webber.

*Виклад основного матеріалу.* Від сучасних інформаційних технологій залежить не лише соціальний, але і технологічний прогрес економіки, місце країни на світовому ринку, її роль в міжнародному поділі праці тощо. Розвинуті країни характеризуються високою впровадженістю в усі сектори економіки саме завдяки інформаційним технологіям. Маркетингові комунікації є основною частиною економічної системи, вони функціонують з іншими ринками і розвиваються на базі законів ринкової економіки, тим самим забезпечуючи потребу суспільства в різноманітних послугах. Різкий розвиток маркетингової індустрії в світі відбувся у 1980-1990 роках. Найбільш активно цей процес відбувався в країнах Центральної і Східної Європи і України. На теперішній час ринок маркетингових комунікацій є основним сегментом більшості країн світу і включає в себе економічні, правові, соціокультурні та інші стосунки між основними суб'єктами ринків, тобто рекламодавцями, виробниками реклами розповсюджувачами та споживачами цих комунікацій. Всі вони тісно пов'язані між собою та є основою ринку в цілому. Маркетинг це, передусім, вивчення попиту на продукцію на певному ринку й вимог споживачів до таких характеристик, як якість, новизна, техніко – економічні показники, естетичність, ціна тощо. Виходячи з врахування різних чинників попиту складається програма маркетингу товарів; встановлюється верхня межа ціни та рентабельності його виробництва. Потім на основі програми проводиться розрахунок витрат виробництва і визначається кінцевий результат господарської діяльності підприємства.

Проаналізувавши основні тенденції розвитку ринку маркетингових комунікацій, головним чинником, що визначає економічний розвиток, є глобалізація. В умовах глобалізації здійснюється процес, внаслідок чого світ перетворюється на єдиний ринок. На процес глобалізації впливає ряд чинників. До них відносяться зростання монополізації та централізації; прискорений глобальний обмін інформацією; діяльність транснаціональних компаній; впровадження єдиних культурних стандартів та інші.

Також до найважливіших чинників входить інтеграція. Діяльність міжнародних компаній на міжнародному ринку спричинила масову інтеграцію, об'єднання суб'єктів та розвиток зв'язків між ними. Інтеграція спричинила розширення виробничих і технологічних зв'язків, сприяла об'єднанню капіталів, спільному використанні ресурсів тощо. Це призвело до того, що

транснаціональні компанії стали лідерами на світовому ринку.

Міжнародне економічне співробітництво є одним з головних чинників впливу на рівень розвитку економіки країни і світового прогресу в цілому. Складовим елементом такого співробітництва є зовнішньоекономічна діяльність. Основними мотивами її розвитку на рівні підприємства стали поширення ринку збуту своєї продукції за національні межі з метою одержання максимального прибутку; закупівля необхідної сировини, технологій і обладнання; залучення іноземних інвестицій та ін. Традиційною і найбільш розвинутою формою міжнародних економічних відносин є міжнародна торгівля, тому вона виступає основною складовою зовнішньоекономічної політики держави

Дослідивши статистичні дані господарської діяльності України можна дійти висновку, що протягом 2000-2014 років спостерігалась тенденція постійного зростання обсягів виробництва і реалізації маркетингових послуг. За останні двадцять років валова вартість виконаних послуг зросла в 14,5 рази. Ринок маркетингових послуг зростає різкими темпами і обсяг його перевищив в 15 млрд грн. Слід врахувати те, що значний поштовх отримала нова галузь - це електронна комерція. За період від 2000 до 2014 років обсяг електронного товарообігу виріс з нуля до 1,5 мільярдів гривень.

За останні роки спостерігається різкий розвиток активності вітчизняних виробників. Ще декілька років назад в ефірах телебачення та зовнішній рекламі переважали іноземні товари. Зараз завдяки тому, що наші компанії вкладають мільйони гривень в просування своєї продукції вони вийшли на передові місця. Торгові марки «АВК», «Корона», «Наша ряба», «Славутич», «Чернігівське», «Чумаки», «Сармат», «Світоч» тощо вже почали конкурувати з світовими брєндами.

Основним джерелом розвитку маркетингу залишаються іноземні замовники та великі національні виробники. Більш ніж 60% послуг становлять замовлення іноземних компаній, частина з яких припадає на частку найдорожчих носіїв, таких як телебачення і зовнішня реклама.

**Висновки.** Тому можна прогнозувати, що обсяг маркетингових послуг повинен збільшуватись, що буде сприяти розширенню зовнішнього ринку для українських підприємств. Внутрішній ринок сформований і його потенціал фактично задовольняє економіку нашої держави на сучасному етапі.

В деяких випадках навіть спостерігається його випереджений розвиток, викликаний тим, що ринок маркетингу не потребує значних інвестицій, оскільки він базується на інтелектуальному потенціалі його трудових ресурсів. Таким чином, ринок маркетингових комунікацій є для економіки України

своєрідним буфером, що пом'якшує проблему зайнятості, принаймні, у великих містах; високі темпи зростання ринку, які спостерігалися у кінці минулого десятиліття тривають до цього дня, і пояснюються тим, що він розвивався практично з нуля, оскільки в радянській економіці він був відсутній як такий.

*Список використаних джерел:*

1. Гребень И. Тренды социальных медиа 2014. [Электронный ресурс] / И. Гребень. – Режим доступа: <http://www.marketing-ua.com/>
2. Указ Президента України № 537-V «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua>
3. Краснов А. Объём рынка Интернет-рекламы Украины 2013 и развитие рынка в 2014 году [Электронный ресурс] / А. Краснов. – режим доступа: <http://www.imena.ua>
4. Інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.newukraineinstitute.org/project/4>.

УДК 06. 08:37.08

## НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ – ОСНОВА УСПІШНОГО ЗДІЙСНЕННЯ ЗМІН

Табенська О.І., к.е.н., старший викладач,  
Вінницький національний аграрний університет

*В статті досліджено сутність корпоративної культури підприємства, теоретичні засади управління змінами, питання технологій професійного розвитку та саморозвитку людини, а також переваги використання аутсорсингу кадрових процесів в системі управління підприємством, важливе значення аутстафінгу.*

**Постановка проблеми.** Якісні зміни важливі, як в житті окремої людини, так і підприємства, регіону та країни, в цілому. В умовах глобалізації та інтернаціоналізації господарського життя створювати та розвивати конкурентоспроможне виробництво неможливо без дослідження корпоративної культури підприємства, важливою складовою якої є самовдосконалення, рух працівників до проактивної поведінки і прагнення до співпраці та взаємозалежності.

Взаємозалежність передбачає акумулювання креативних ідей співробіт-



**ЗМІСТ**

<b>ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ОЗНАКИ СУЧАСНОГО АГРАРНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ</b>	
Калетнік Г.М.	3
<b>КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РЕСУРСНО-ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ</b>	
Мазур А.Г.	6
<b>СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ РЕСУРСНО-ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ</b>	
Мазур С.А.	10
<b>СВІТОВИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ІНТЕГРАЦІЇ ТА КООПЕРАЦІЇ В ОВОЧЕПРОДУКТОВОМУ ПІДКОМПЛЕКСІ</b>	
Логоша Р.В., Пчелянська Г.О.	13
<b>ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ БІОПАЛИВНОГО ВИРОБНИЦТВА У СВІТІ ТА УКРАЇНІ</b>	
Климчук О.В.	18
<b>ДОСВІД АГРАРНИХ ІНТЕГРАЦІЙ В РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ СВІТУ</b>	
Самборська О.Ю.	22
<b>ПРОБЛЕМИ ПОВОДЖЕННЯ З ПОБУТОВИМИ ВІДХОДАМИ В УКРАЇНІ</b>	
Березюк С.В., Фіщук Н.Ю.	27
<b>ПЕРЕДУМОВИ ЗДІЙСНЕННЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗЕЙ АПК</b>	
Бондаренко В.М., Гонтарук Я.В.	31
<b>ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК</b>	
Войтенко О.І.	34
<b>ІНФРАСТРУКТУРНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ</b>	
Бакута С.В.	38
<b>АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ДЕФІЦИТНОСТІ РЕСУРСІВ НА ОСНОВІ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛЮВАННЯ</b>	
Волонтир Л.О., Рожицька А.С.	43
<b>ФІЛАНТРОПІЧНА СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ</b>	
Герасименко Ю.В.	47
<b>ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ТА ОЦІНКА СТАНУ ЗАГОТВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ</b>	
Германюк Н.В.	51
<b>ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГЕНСТВА</b>	

СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ НЕРУХОМОСТІ ПОЛЬЩІ Жереб В.В.	55
МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІ В УКРАЇНІ Мамалига С.В.	59
СУЧАСНИЙ СТАН І НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ Коломієць Х. М.	64
НАПРЯМКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ ЯК ОСНОВИ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ Кубай О.Г.	68
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ РИНКОМ ПРОДОВОЛЬСТВА Недбалюк О.О.	73
ВНУТРІШНІЙ РИНОК ЦУКРУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ Красняк О.П., Іщенко Т. В.	77
МЕТОДИ І МОДЕЛІ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ Потапова Н.А., Снігир В.А.	80
МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК Ставська Ю.В., Цикун М. В.	84
НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ – ОСНОВА УСПІШНОГО ЗДІЙСНЕННЯ ЗМІН Табенська О.І.	87
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІ М'ЯСОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ Алексєєнко О.А.	91
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ Чорнопищук Т.І., Коняга Р.М.	95
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІ Ільченко І.І.	98
ОПТИМІЗАЦІЯ РІВНІВ ПЛАНУВАННЯ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ Полеся В.М.	101
ВИРОБНИЦТВО СОНЯШНИКУ ТА ПРОДУКТІВ ЙОГО ПЕРЕРОБКИ В УКРАЇНІ Вдовичак Т.В.	105
МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДКОМПЛЕКСІВ В УКРАЇНІ Попова О.О.	110

МИНИСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПРАВА**

**СЕРТИФІКАТ**

виданий

*Славські Юлії Вацлавівні,*

що засвідчує участь у Міжнародній науково – практичній конференції

**«ТРАНСФОРМАЦІЙНА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ**

**АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА»**

*м. Вінниця, 7-8 травня 2015 р.*

**Декан факультету менеджменту та права,**

**К.Ю.Н., доцент**



**О.Ф. Мельничук**