

**Міністерство освіти і науки України
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Інститут соціальної та економічної освіти
Науково-дослідна лабораторія проблем розвитку
нових інтегрованих структур
Науково-дослідна лабораторія з проблем
державних фінансів України
Кафедра маркетингу та управління бізнесом**

***«ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ
В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ»***

**Збірник матеріалів
VI Міжнародної науково-практичної конференції у заочній формі
26 лютого 2015 року**

Умань – 2015

УДК 330(477)(063)
ББК 65.9(4Укр)я431
П75

Рекомендовано до друку засіданням вченої ради економічного факультету Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № 7 від 25 лютого 2015 року)

Редакційна колегія:

Чирва О.Г. – д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та управління бізнесом
Бондарук І.С. – к.е.н., доцент кафедри маркетингу управління бізнесом
Олійник К.А. – к.е.н., доцент кафедри маркетингу та управління бізнесом
Білошкурська Н.В. - к.е.н., доцент кафедри маркетингу управління бізнесом
Король І.В. - к.е.н., ст.викладач кафедри маркетингу та управління бізнесом
Пачева Н.О. – ст.викладач кафедри маркетингу та управління бізнесом
Стрілець В.М. – ст.викладач кафедри маркетингу та управління бізнесом
Побережець Н.Б. – викладач кафедри маркетингу та управління бізнесом
Литвин О.В. - викладач кафедри маркетингу та управління бізнесом
Коган Н.Ю. – викладач кафедри маркетингу та управління бізнесом
Напрєєв Я.Л. – викладач кафедри маркетингу та управління бізнесом
Кузьменко О.А. - викладач кафедри маркетингу та управління бізнесом

Рецензенти:

Ключник А.В., доктор економічних наук, професор
Курмаєв П.Ю., доктор економічних наук, професор

Пріоритети розвитку національної економіки в умовах євроінтеграції України. Збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції у заочній формі 26 лютого 2015 року. – Умань : УДПУ. – 2015. – 97 с.

У збірнику вміщено матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції у заочній формі «Пріоритети розвитку національної економіки в умовах євроінтеграції України», які відображають проблеми маркетингу та менеджменту, перспективи та пріоритети фінансово-кредитної системи, ринкові перетворення в агропромисловому комплексі в умовах євроінтеграції України.

Відповідальність за зміст тез доповідей несуть автори.

УДК 330(477)(063)
ББК 65.9(4Укр)я431

© Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, 2015

Зміст

СЕКЦІЯ №1

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

1. Етапи впровадження інформаційної системи управління взаємовідносинами з клієнтами (<i>Гевко В.Л.</i>)	6
2. Стратегічні напрями підвищення рівня конкурентоспроможності харчових підприємств (<i>Чирва О.Г.</i>)	7
3. The analysis of the dynamics of the national economy competitiveness of ukraine (<i>Bazyli Nazaruk, Inna Korol</i>)	9
4. Фактори і критерії маркетингового ціноутворення (<i>Білошкурська Н.В.</i>).....	13
5. Місце маркетингових комунікацій на ринку (<i>Івахнюк М.П., Згіннік І.В.</i>)	15
6. Системи мотивації працівників та їх вплив на результативність праці (<i>Кістол А.А.</i>)16	
7. Сучасні методи управління конфліктами (<i>Поліщук О.А.</i>).....	18
8. Засади маркетингової цінової політики (<i>Рудас В.Р., Макарчук В.Р.</i>).....	20
9. Структурні елементи позаекономічних інститутів та їх вплив на відтворення соціального капіталу (<i>Пачева Н.О.</i>)	22
10. Актуальність проблеми менеджменту та маркетингу в контексті стратегій розвитку України (<i>Штремель В.О.</i>)	23
11. Система підготовки фахівців як чинник розвитку інноваційної економіки (<i>Яцук Т.А.</i>)	24
12. Функціональні суперечності економічних інтересів у відносинах розподілу (<i>Стрілець В.М.</i>)	26
13. Сутність маркетингу в туризмі (<i>Флора А.В.</i>).....	27
14. Розвиток та застосування маркетингу в Україні (<i>Шепелева Л.М.</i>)	28
15. Удосконалення концепції податкового менеджменту в Україні (<i>Шудря Н.О., Перепелиця І.В.</i>).....	30
16. Особливості маркетингової діяльності в туризмі (<i>Щербенко О.В.</i>).....	31
17. Значение систем дистанционного обучения в подготовке экономистов (<i>Напреев Я.Л.</i>).....	33

СЕКЦІЯ №2

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ

1. Засоби мінімізації ризиків при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності (Гелеверя Н.В.)..... 35
2. Вплив галузевої структури економіки на розвиток регіону в сучасних умовах (Куценко В.І.) 37
3. Взаємодія праці та капіталу в сучасних умовах глобалізації (Литвин О.В.) 38
4. Стратегія модернізації економіки на засадах інноваційного розвитку (Яценко І. В.) 39

СЕКЦІЯ №3

ФІНАНСОВО-КРЕДИТНА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

1. Main aspects of trade in european union countries (Natalia Poberezhets)..... 40
2. Економічна інтеграція України в європейську та світову структуру (Полицук О.А.) .42
3. До питання оцінки фінансової стійкості місцевих бюджетів (Бержанір А.Л.) 43
4. Еволюція відносин держави і бізнесу в умовах формування ринкової економіки (Мунтіян Н.В.) 45
5. Різномасштабність класифікації податкових ризиків (Олійник В.О., Левченко І.І) 46
6. Сучасні напрямки митної політики України щодо ефективної боротьби з контрабандою (Петрухіна Л.В., Автомеєнко А.А.) 48
7. Шляхи вдосконалення організації митного контролю (Поснова Т.В.) 49
8. Роль податкової безпеки у системі фінансової безпеки держави (Бондарук І.С.) 50
9. Особливості управління соціальними ризиками та соціальний захист населення (Делінгевич Ю.А., Майданюк О.В.) 52
10. Проблеми механізму банкрутства та шляхи їх вирішення (Мельник С.А.) 53
11. Соціальна політика держави як основа підвищення добробуту громадян (Чвортко Л.А.) 55

СЕКЦІЯ №4

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ

1. Розвиток ринку земель сільськогосподарського призначення в Україні (Коган Н.Ю.) 59
2. Модернізація моделі регулювання розвитку сільських територій в Україні (Колесников В.І.) 60
3. Формування стратегії підвищення ефективності виробництва продукції круп'яних культур (Кузьменко О.А.) 62

«Пріоритети розвитку національної економіки в умовах євроінтеграції України»

4. Державне регулювання соціально-екологічної відповідальності цукрових заводів (Романчук С.В.)..... 63
5. Перспективи вирощування екологічно чистих сільськогосподарських культур в умовах ринкової економіки (Юцишина Л.О., Тарасюк О.Л.) 66
6. Development of rural credit co-operatives in terms of market reforms agrarian sector of ukraine (Ekaterina Oliynik)..... 67
7. Актуальні проблеми та пріоритети розвитку ринку молочної продукції в Україні (Стрембіцька Л.Л.) 69
8. Актуальні питання фінансування інновацій в сільському господарстві (Понов В.М.)71

1. America's competitive crisis: confronting the new reality. Council of competitiveness. Wash. 1987
2. Official website of the International Institute of Management Development, <http://www.imd.ch>
3. Official website of the World Economic Forum, <http://www.weforum.org>
4. E.L. Harshenyna. Israel Economy: Modern Evaluation of Global Competitiveness// Vostokovednyi sbornik (2nd issue) – Moscow – 2001 – p.p.143-160.
5. Global Competitiveness Report 2006/2007 Executive Summary - World Economic Forum, 2006. – 16 p.
6. Official website of the Information and Analytical center of Public Policy Processes Studying in the Post-Soviet area, <http://www.ia-centr.ru/expert/2676/>
7. Official website of the International Institute of Management (MIM-Kyiv), <http://www.mim.kiev.ua/ru/>
8. Portal of Competitiveness of Ukraine, <http://competitiveukraine.org/public/10/>

Білошкурська Н. В., к. е. н.,
доцент кафедри маркетингу та управління бізнесом
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ФАКТОРИ І КРИТЕРІЇ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

В умовах ринкової економіки маркетингове ціноутворення стало запорукою ефективною збутовою політикою підприємства. У процесі маркетингового ціноутворення формування ціни товару відбувається з урахуванням внутрішніх і зовнішніх факторів.

Теоретичним і практичним аспектам політики ціноутворення, вивченню факторів, що впливають на ціноутворення, присвячено наукові праці Л. В. Балабанової [1], В. В. Божкової [2], Ф. Корінева [3]. Проте поза увагою дослідників залишається систематизація факторів і критеріїв саме маркетингового ціноутворення.

Внутрішніми факторами є формування витрат виробництва, внутрівиробнича логістика, технологічне забезпечення, норма прибутку тощо. Зовнішніми факторами впливу на ціну товару є кон'юнктура його ринку та ринків товарів-замінників, кон'юнктура ринків факторів виробництва, державне регулювання економіки, загальний стан національної економіки тощо. Вплив факторів на процес маркетингового ціноутворення можна зобразити графічно (рис. 1).

Головна мета маркетингового ціноутворення підприємства – забезпечити зростання обсягів збуту товару в умовах наявної ринкової кон'юнктури. Власне, досягнення цієї мети забезпечить реалізацію стратегії максимізації прибутку підприємства. При цьому головним критерієм маркетингового ціноутворення, яким слід керуватися у розробці стратегічних альтернатив максимізації прибутку підприємства на конкурентному ринку автор пропонує наступну цільову функцію:

$$\frac{p}{c} \xrightarrow{p=\text{const}} \max,$$

тоді:

$$c \rightarrow \min,$$

де p – ціна товару, грн.;

c – виробничі витрати, грн.

$\xrightarrow{p=\text{const}}$ – означає, що підприємство на конкурентному ринку для максимізації прибутку може встановити лише ринкову ціну товару, яка у короткостроковому періоді не змінюється.

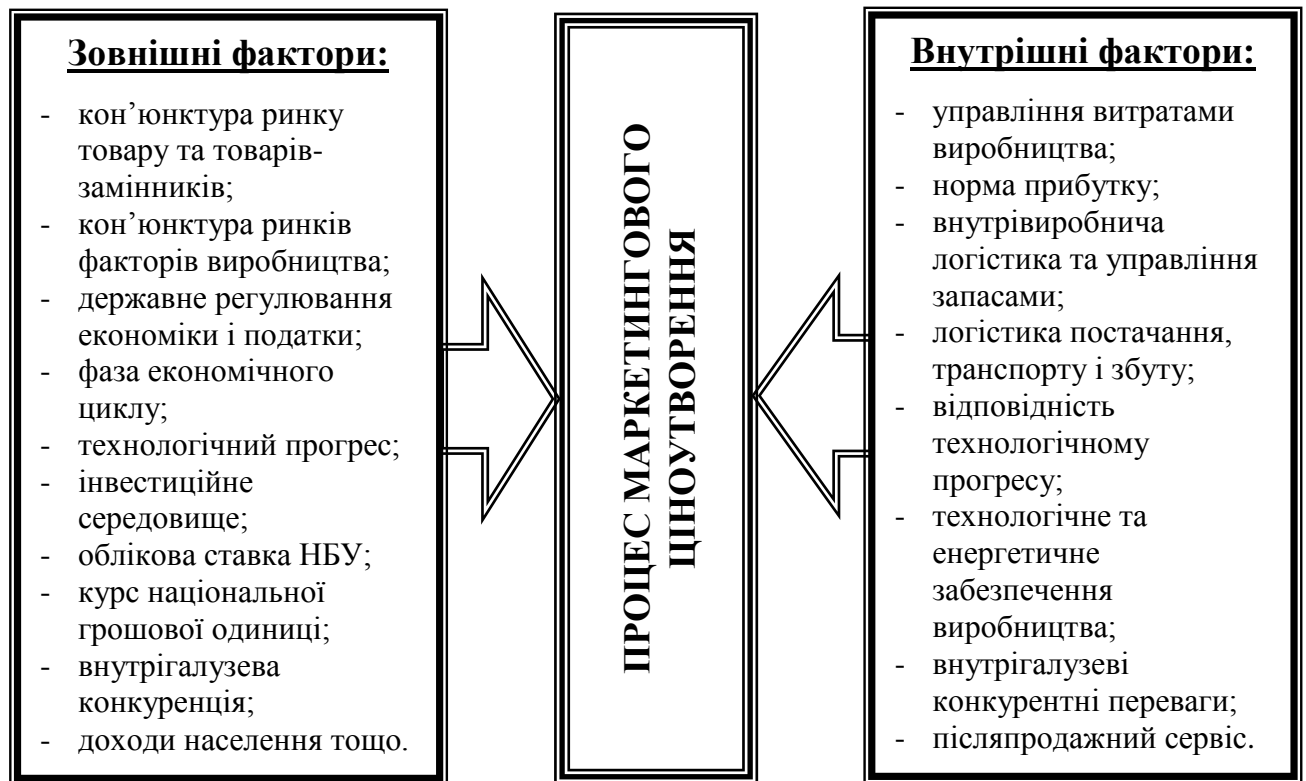


Рис. 1. Вплив факторів на процес маркетингового ціноутворення
Джерело: авторська розробка.

Отже, на конкурентному ринку головним критерієм ефективності маркетингового ціноутворення підприємства буде критерій мінімізації виробничих витрат, відповідність якому досягається у процесі формування стратегічних альтернатив з урахуванням основних зовнішніх і внутрішніх факторів.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації : [монографія] / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – Донецьк : ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2003. –149 с.
2. Божкова В. В. Дослідження факторів маркетингового ціноутворення на вітчизняних промислових підприємствах / В. В. Божкова, І. М. Рябченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 2. – С. 40-48.
3. Корінев В. Л. Аналіз ціноутворюючих чинників / В. Л. Корінев // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 10. – С. 101-107.