

Міністерство освіти і науки України
Вища Школа Банкова, м. Познань (Польща)
Вінницький національний аграрний університет
Сумський національний аграрний університет
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Національна академія Національної гвардії України
Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва
Полтавська державна аграрна академія
Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та
інформаційних технологій
Кафедра маркетингу



**МАТЕРІАЛИ
XII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ПРОДУКТОВОГО РИНКУ»**



22 квітня 2020 року
м. Полтава

УДК 631.1.027:338.439.5(477)
ББК 65.050.9(4УКР):65.9(4УКР)42

Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 22 квітня 2020 року). Полтава: ПДАА. 2020. 160 с.

У збірнику надруковані матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингове забезпечення продуктового ринку».

Відповідальність за зміст та редакцію наукових праць несуть їх автори. Матеріали можуть бути корисні для студентів, магістрантів, аспірантів та викладачів вищих навчальних закладів.

<i>Серова Н.В.</i>	
ЦІНОУТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	123
<i>Серова Н.В.</i>	
СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ.....	126
<i>Сімон А.О.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ В АПК.....	128
<i>Соломка К.О.</i>	
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ЯК СКЛАДОВОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	130
<i>Стеценко В.О.</i>	
НЕОБХІДНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЦІН.....	134
<i>Стещенко С.В.</i>	
СТАН І ПРОБЛЕМИ РИНКУ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР УКРАЇНИ.....	135
<i>Томенко Д.В.</i>	
МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ МЕНЮ В ЗАКЛАДАХ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ.....	138
<i>Устік Т.В., Легкий І.О.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	141
<i>Фастівець П.С.</i>	
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ.....	144
<i>Хурдей В.Д.</i>	
УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ.....	146
<i>Цимбалистий В.В.</i>	
МЕТОДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ В МАРКЕТИНГУ.....	148
<i>Чубко В.М.</i>	
МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	150
<i>Чухліб О.С.</i>	
КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ ТА ВПЛИВ СПОНУКАЛЬНИХ ЧИННИКІВ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА.....	152
<i>Шиян К.С.</i>	
ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ.....	154
<i>Шкурко Ж.Г.</i>	
СУТНІСТЬ ТА ЕЛЕМЕНТИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ.....	156
<i>Щербакова Ю.О.</i>	
СУЧАСНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ.....	159

матеріалів, політичної ситуації в країні, становища держави у світовому поділі праці. Метою державного регулювання цін в Україні на сучасному етапі розвитку економіки є:

- забезпечення такого співвідношення між монополією та конкуренцією, яке не призводило б до руйнівних наслідків для економіки; здійснення соціальної політики держави та захист окремих верств населення;

- стримування інфляційного підвищення цін через запровадження заходів, які усували б причини його виникнення;

- соціальний захист населення, тобто диференційований підхід до встановлення чи змін роздрібних цін на окремі товари або послуги. Це здійснюється з урахуванням ролі товарів у формуванні реальних доходів населення шляхом забезпеченості продуктами різних груп і верств населення, які мають різний рівень доходів. Такі заходи можуть передбачати надання пільг на житлово-комунальні послуги, проїзд у транспорті тощо;

- формування нового попиту населення та культури споживання завдяки встановленню знижених цін, податкових пільг на товари, обсяги реалізації яких держава прагне збільшити;

- запобігання споживанню соціально шкідливих товарів або тих, що можуть загрожувати життю та здоров'ю людини [1, с. 56-57].

Отже, державне регулювання цін є одним із інструментів захисту інтересів держави та захисту її громадян.

Список використаних джерел

1. Кареба М. І. Ціни та ціноутворення: навч. посіб. Миколаїв: МДАУ, 2017. 100 с.
2. Відоменко О.І. Ціноутворення: навч. посіб. К.: КІМЕП, 2005. 93 с.
3. Волкова М.В. Ціноутворення: навч. посіб. Харків : ХНУМГ, 2015. 130с.

Стешенко С.В.,

ЗВО спеціальності Маркетинг, СВО Бакалавр,
Науковий керівник – **Дядик Т.В.**, к.е.н., доцент
*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

СТАН І ПРОБЛЕМИ РИНКУ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР УКРАЇНИ

На сьогоднішній день у нашій державі спостерігається спад виробництва соняшникових культур та продуктів їх переробки (олії), що обумовлено, головним чином, загостренням економічної кризи та нестабільною політичною ситуацією, що склалася в Україні. Негативно також вплинула втрата посівних площ тимчасово окупованих територій. Не зважаючи на це, є тенденція збільшення споживання соняшnikової олії для харчування населення, навіть за умови зростання вартості майже на 50%. Мінагрополітики України вбачає, що

покращення фінансово-економічних показників аграрних товаровиробників за рахунок соняшнику повинно здійснюватись не за рахунок збільшення його посівних площ, а шляхом впровадження нових технологій, високоврожайних гібридів, дотримання всіх технологічних вимог, що повинно забезпечити належний валовий збір та урожайність [1].

Україна є великим світовим виробником та експортером насіння соняшнику і продуктів його переробки. Соняшник є основною олійною культурою в Україні, яка порівняно з іншими дає найбільше олії з одиниці площі. Олія широко використовується для виготовлення маргарину, консервів, хлібних і кондитерських виробів, а також застосовується у миловарній, лакофарбовій та інших галузях промисловості. При переробці насіння, крім олії, одержують макуху або шрот, які є цінним кормом у тваринництві [2].

Розглянувши низку проблем даної галузі України можна говорити про те, що олійно-жирова галузь практично не забезпечується новою технікою, а отже, актуальною є проблема її інноваційного розвитку. В Україні існує ряд причин, які перешкоджають останньому: з одного боку, відсутність необхідних ресурсів, як на державному, так і на галузевому рівнях, брак обігових коштів у підприємств, а з іншого – в країні досі не задіяні механізми підтримки інноваційної діяльності, ефективність яких підтверджена досвідом багатьох країн світу. Чимало сучасних проблем олійно-жирового підкомплексу криються у кризі на продовольчому ринку, тому для захисту вітчизняних товаровиробників і споживачів продовольства держава має визначати економічно доцільні параметри експорту продукції олійно-продуктового підкомплексу, виходячи з його потенціалу та необхідності задоволення потреб українського ринку.

Зважаючи на всі вищеперераховані умови, що характеризують стан ринку соняшnikової олії України, то можна прийти до висновку, що слід провести ряд напрямків реформування в галузі. За останні роки в Україні вже напрацьовано певний досвід діяльності господарських структур, створення яких спрямовувалось на активізацію підприємництва. Так, має продовжуватися робота, спрямована на розвиток підприємств і організацій усіх форм власності, підтримку бізнесу, що дозволить підтримувати на високому рівні вітчизняне виробництво соняшnikової олії. У структурі обсягів виробництва бачимо, що найбільші обсяги у 2019 р. складало виробництво насіння олійних культур-16728,8 тис. т та насіння соняшника-10676,9 тис. т. Негативну динаміку мають ціни реалізації, які у 2019 р. проти 2018 р скоротилися майже на 6%, зросли ціни на цукровий буряк і насіння ріпаку (табл. 1).

Основною олійною культурою, що вирощується в Україні, є соняшник, у складі всіх олійних культур він займає 70% посівної площі та 85% валового збору. У нашій державі з насіння соняшника виробляється приблизно дві третини всієї рослинної олії. Соняшnikова олія має важливе народногосподарське значення. Її споживають як цінний харчовий продукт у натуральному вигляді, широко використовують у харчовій, лакофарбовій, парфумерній та інших галузях промисловості для виробництва маргарину, оліфи, мила тощо. Тому соняшник –

одна з прибуткових культур України з найвищим рівнем рентабельності серед сільськогосподарських культур.

Таблиця 1

Обсяги та середні ціни продукції сільського господарства (олійних та технічних культур), реалізованої підприємствами України, 2019 р.¹

Найменування продукції	Реалізовано		Середні ціни реалізації	
	тис. т	у % до 2018 р.	грн за т	у % до 2018 р.
Насіння культур олійних	16728,8	122,2	8321,2	89,3
з них				
боби сої	3211,1	140,2	8147,9	85,1
насіння льону-довгунцю	1,8	69,5	8665,8	109,0
насіння гірчиці	25,4	178,4	11568,3	71,9
насіння ріпаку й кользи	2792,1	117,2	9576,9	92,3
насіння соняшнику	10676,9	119,0	8020,5	89,6
Буряк цукровий фабричний	4077,7	81,3	753,7	100,6
Прянощі необроблені	1,0	42,1	14367,3	134,3
Рослини ефіроолійні	3,7	53,4	9500,6	122,3
Рослини лікарські	1,9	94,0	21467,3	87,7

¹ Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Джерело: розраховано за даними [2]

Соняшник більш ніж на 90% забезпечує сировинну базу і функціонування олійно-жирового підкомплексу України. Так, у 2015 р. від реалізації соняшникової олії господарства суспільного сектору отримали 28148,1 млн. грн. прибутку, тому соняшник посідає особливе місце в економіці та формуванні експортного потенціалу країни.

Високий рівень рентабельності вирощування цієї культури та виробництва з неї олії, зумовлений мінімальними виробничими витратами і порівняно високою реалізаційною ціною, стимулював значне розширення посівних площ. Висока відпускна ціна робить олійнопереробну галузь економічно вигідною для народного господарства України, сприяє підйому економіки. Попит на соняшник і соняшкову олію суттєво не зменшується при зростанні цін. Тому виробництво олійних культур і олієжирової продукції є одним з пріоритетних і перспективних напрямів розвитку аграрного сектора економіки України. Сучасний світ досягає досконалості через інновації, а сучасні технології є частиною щоденного життя в сільському господарстві. Інформаційні технології в АПК мають актуальне значення, що передбачає їх інтенсивне впровадження. Розвиток підприємств і об'єднань сільського господарства, агросервісних формувань забезпечується шляхом застосування засобів оргтехніки і зв'язку, за рахунок інформатизації знарядь праці, створення автоматизованих робочих місць та інформаційних систем галузевих і функціональних спеціалістів, інформаційною основою яких є агротехнологічне планування, витратно-ціновий аналіз, система фінансового і управлінського обліку з організацією передачі інформації між робочими місцями.