

**Міністерство освіти і науки України
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**Факультет аграрного менеджменту
КАФЕДРА ВИРОБНИЧОГО ТА ІНВЕСТИЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

М А Т Е Р І А Л И

Міжнародної науково-практичної конференції

9 листопада 2017 року

**ІНКЛЮЗИВНИЙ РОЗВИТОК
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ:
ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ,
МОЖЛИВОСТІ УКРАЇНИ ТА
РОЛЬ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО
СЕКТОРУ**

Київ – 2017

Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 9 листопада 2017 р. – К., 2017. – 311 с.

Збірник укладено за матеріалами міжнародної науково-практичної конференції «Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору», що її провів факультет аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України. Наповнення рубрик синхронізовано з основними напрямками роботи конференції.

Видання розраховано на науковців, викладачів, аспірантів, студентів.

The collection is composed of the materials of international scientific and practical conference "Inclusive Development of the National Economy: Global Trends, Ukraine's Opportunities and the Role of the Agro-Food Sector", that was organized by Agrarian Management Faculty of National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine. Filling of headings is synchronized with the key directions of the conference.

The publication is intended for scientists, teachers, post-graduate students and students.

Редакційна колегія:

Шинкарук Л.В., д. екон. наук, проф., член-кореспондент НАН України (голова); Мостенська Т.Л. д. екон. наук, проф. (заст. голови); Алексеєва К.А., к. наук з держ. упр.; Барановська І.В., к. екон. наук; Власенко Т.О, к. екон. наук; Дробот Н.М., к. екон. наук, доц.; Лобунець Т.В., к. екон. наук; Луцков В.О., к. екон. наук; Мостенська Т.Г., к. екон. наук; Орехівський В.Г., к. екон. наук, доцент; Ралко О.С., к. екон. наук, доцент.

Тези доповідей подано в авторській редакції.

Автори відповідають за достовірність викладеного матеріалу, за правильне цитування джерел, посилаючись на них та інших відомостей.

Передруковувати опубліковані в збірнику матеріали дозволяється тільки за згодою авторів

© НУБіП України, 2017

© Автори, 2017

Вирішення пріоритетних завдань соціально-економічного розвитку країни неможливе без опори на освіченість суспільства. Держави і народи, які побачили в освіті головну рушійну силу свого розвитку, вийшли на передові рубежі в економіці та соціальному облаштуванні.

Жодна країна, жодне суспільство не мають змоги підняти добробут суспільства, якщо першочергово не розвивають, не вдосконалюють свою освіту і науку.

*Станіслав Ніколаєнко,
доктор педагогічних наук, професор,
член-кореспондент НАПН України,
ректор Національного університету біоресурсів
і природокористування України*

ІНКЛЮЗИВНИЙ РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Тарасюк Г.М.</i> Державно-приватне партнерство в забезпеченні сталого розвитку.....	8
<i>Федулова Л.І.</i> Інклюзивна глобалізація – новий політичний курс в умовах посилення цифровізації економіки.....	10
<i>Ходаківський Є.І., Якобчук В.П., Іванюк О.В., Плотнікова М.Ф., Мосієнко О.В.</i> Теорія гештальтів в формуванні соціально-економічних систем	13
<i>Черленяк І.І., Миронюк І.С.</i> Модель активаторів розвитку інноваційної компоненти бізнесу	19
<i>Talavyria M., Baidala V.</i> Indicators for the analysis of the bioeconomy.....	22
<i>Jurėnienė V., Vilutytė G.</i> General situation of lithuanian economy	25
<i>Білан Ю.</i> Сучасна парадигма дослідження зовнішньої міграції з України	28
<i>Мостенська Т.Л., Скопенко Н.С., Новак В.О.</i> Особливості визначення екологічних та природно-кліматичні ризиків	31
<i>Бутнік-Сіверський О.Б.</i> Деякі трансформаційні процеси на шляху до нової економіки	35
<i>Кравченко А.Г., Матвієнко І.С.</i> Соціальні фактори сталого розвитку сільської місцевості.....	38
<i>Чубарь О.Г.</i> Законодавче забезпечення венчурного фінансування інновацій в Україні.....	41
<i>Мальчик О.М., Мостенська Т.Г.</i> Підтримання конкурентоспроможності в умовах глобалізації.....	44
<i>Соколюк С.Ю.</i> Гармонізація як характеристика діяльності підприємства	47
<i>Mentel G.</i> The influence of temperature and rainfall on the quantity of electricity sold on the example of Poland.....	49
<i>Brożyna J.</i> Analysis of the impact of CO ₂ emission allowance prices on the Polish energy market.....	50
<i>Мінкович В.Т.</i> Проблеми організації та активізації інвестиційних процесів в умовах трансформації вітчизняної фінансової системи.....	51
<i>Курей О.А.</i> Використання інструментів макромаркетингу в регулюванні	54
<i>Плотнікова М.Ф.</i> Пріоритети багатофункціонального сільського розвитку в умовах глобальних викликів	56
<i>Сита Є.М.</i> Теоретичні аспекти визначення сутності категорії «розвиток»	60
<i>Лагута Я.М., Тарасюк Г.М.</i> Деякі підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності в умовах сталого розвитку	63
<i>Дюгованець О.М.</i> «Зелені» технології в рамках нової парадигми сталого розвитку....	65
<i>Рябченко А.В., Власенко Т.О.</i> Стратегія розвитку сільського господарства України в контексті викликів глобалізації	68
<i>Акулович Ю.А., Власенко Т.О.</i> Підвищення рівня життя як один з позитивних наслідків глобалізації.....	70
<i>Ємцев В.І., Ємцева Г.Ф.</i> Проблеми та тенденції інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні	72
<i>Кальна-Дубінюк Т.П., Кальной С.П.</i> Інтерактивні консалтингові системи в ринкових умовах	75
<i>Левицька А.В., Шинкарук Л.В.</i> Сталий розвиток сільського господарства в умовах глобалізації.....	77
<i>Мільман Л.М.</i> Особливості діяльності домашніх господарств в Україні.....	79
<i>Кириленко Є.Д., Ралко О.С.</i> Перспективи розвитку проектів у сфері переробки сміття в Україні	81

РОЛЬ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРУ В РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

<i>Мостенська Т.Л., Юрій Е.О.</i> Особливості розвитку птахівництва та ринку м'яса птиці в Україні.....	84
<i>Власенко Ю.Г.</i> Інвестиційне забезпечення розвитку аграрного сектору економіки.....	87
<i>Соколовська В.М., Мостенська Т.Л.</i> Маркетингова товарна політика як чинник підвищення конкурентоспроможності.....	89
<i>Євдакова Д.В., Шинкарук Л.В.</i> Характеристика стану внутрішнього та зовнішнього ринків продукції птахівництва.....	92
<i>Барановська І.В.</i> Перспективи модернізації агропродовольчого сектору економіки країни.....	95
<i>Кравченко Н.Б., Лановюк Л.П.</i> Аграрне підприємництво в незалежній Україні: перші кроки щодо відродження як виклик часу	98
<i>Гуцул Т.А.</i> Розвиток ринку молока і молокопродукції в Україні.....	101
<i>Костюк А.В., Наконечна К.В.</i> Потенціал аграрного сектора України.....	102
<i>Чередніченко О.О.</i> Виробництво та споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні.....	104
<i>Кравцова Л.Л.</i> Еволюція поняття фінансові ресурси та шляхи їх формування сільськогосподарськими підприємствами	107
<i>Карпенко А.С., Коваль О.М.</i> Страхування посівів як необхідна умова розвитку малого, середнього і великого аграрного бізнесу	109
<i>Жуковський М.О.</i> Управління формуванням та розвитком конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарських підприємств	112
<i>Красновид О.С., Кропивко О.М.</i> Соціально-економічні чинники розвитку торгівлі на українських землях в період середньовіччя	115
<i>Грецька Н.А.</i> Рівень забезпечення транспортно-логістичних потреб українського агробізнесу	117
<i>Саєнко Анастасія А., Хвіст В.О.</i> Біологічна технологія отримання електричної енергії	120
<i>Саєнко Анна А., Хвіст В.О.</i> Роль агропродовольчого сектору в розвитку економіки країни.....	122
<i>Шевчук І.А., Луцков В.О.</i> Ринок ягідних культур в Україні та світі.....	125
<i>Старостіна Н.С., Барановська І.В.</i> Моделі розвитку ринку оренди землі.....	129
<i>Сарака О.Д., Лобунець Т.В.</i> Ключові проблеми вітчизняного АПК.....	132
<i>Миргородська Д.О., Лобунець Т.В.</i> Сучасні проблеми інвестування АПК України.....	134
<i>Кирилюк О.Ф., Войтко Б.О.</i> Експортно-імпортна діяльність птахівничих підприємств в умовах поглиблення процесів євроінтеграції.....	136
<i>Кирилюк О.Ф., Коркішко А.С.</i> Антикризова зовнішньоторговельна діяльність вітчизняних виробників продукції птахівництва.....	138
<i>Цоколь О.П.</i> Пріоритети сталого розвитку в аграрному секторі України.....	142
<i>Акулович Ю.А., Луцков В.О.</i> Формування вертикально інтегрованих структур в аграрному секторі України.....	144
<i>Загурський О.М.</i> Удосконалення механізмів державно-приватного партнерства в аграрному секторі України.....	146
<i>Калійман Ю.О., Луцков В.О.</i> Рівні управління інвестиційною діяльністю в національній економіці.....	149
<i>Лазарищак О.В., Ралко О.С.</i> Сучасний стан і проблеми екологічно чистої(органічної) продукції в Україні.....	151
<i>Міняйло В.М., Луцков В.О.</i> Роль вертикально інтегрованих агрохолдингів в Україні	154

ІНКЛЮЗИВНІСТЬ ОСВІТИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

<i>Ніколаєнко С.М.</i> Шляхи модернізації та головні напрями інноваційного розвитку вищої освіти.....	157
<i>Ковальчук В.І.</i> Розвиток вищої освіти відповідно до тенденцій і вимог ринку праці.....	159
<i>Aristova N.</i> Benefits of the new law «On higher education» for Ukrainian science and society	161
<i>Михайліченко М.В.</i> Нормативно-правове забезпечення інклюзивної освіти: що слід знати керівникам навчального закладу	163
<i>Михайліченко М.В.</i> Планування управлінської діяльності: досвід дослідницького університету.....	166
<i>Горбатюк Т.В.</i> Синергетичні технології в філософії освіти.....	170
<i>Кравченко А.Г.</i> Педагогічна антропологія як чинник гуманізації освіти.....	172
<i>Кліх Л.В.</i> Забезпечення якості надання освітніх послуг згідно з вимогами ринку праці..	173
<i>Культенко В.П.</i> Освітній простір в контексті філософії освіти.....	176
<i>Савицька І.М.</i> Наука та інновації як головні фактори модернізації філософії освіти.....	177
<i>Соловійова О.В.</i> Творчий потенціал як педагогічна проблема	179
<i>Шинкарук В.Д.</i> Формування системи забезпечення інклюзивної освіти в освітньому процесі у вищій школі	180
<i>Vysockaja I.</i> Einsatz von sprachlehrfilmen im daf-unterricht	181
<i>Іванова О.В.</i> Засвоєння студентами-філологами англійської мови як другої іноземної методом «занурення».....	185
<i>Буцик І.М.</i> Характерні ознаки методичних систем навчання	187
<i>Сопівник Р.В.</i> Виховання особистості: визначення змісту та конструювання виховного ідеалу	188
<i>Васюк О.В., Виговська С.В.</i> Підходи до класифікації мотивів вибору професії	190
<i>Сопівник І.В.</i> Міжнародні стандарти соціальної відповідальності	192
<i>Співакова І.Б.</i> Управління науково-методичною роботою в ліцеї: проблемні питання ...	194
<i>Шинкарук О.В.</i> Моніторинг інклюзивної освіти: міжнародні стандарти	196
<i>Харченко С.В.</i> Комунікативна компетенція як складова професійної компетентності викладача	198
<i>Наконечна О.В.</i> До питання профілактичної функції соціального педагога	200
<i>Дробот Н.М.</i> Розвиток університетських ендавментів в Україні	202
<i>Reichelt M.</i> Der einsatz von interaktiven whiteboards in der universitären lehre.....	206
<i>Duffey M.</i> Le rôle du théâtre dans l'apprentissage de la langue étrangère.....	209
<i>Zawłocki I.</i> Dominujące modele kształcenia zawodowego w wiodących krajach unii europejskiej	211
<i>Білан Л.Л.</i> Управління методичною роботою у вищому навчальному закладі	213
<i>Живора С.М.</i> Сільськогосподарська освіта в Україні (1917-1921 рр.).....	215
<i>Культенко В.П., Кичкирук Т.В.</i> Філософські засади розвитку аграрної освіти України..	218
<i>Бобко К.Є., Артемчук Л.М.</i> Економіко-математичні методи та моделі в маркетингових дослідженнях	219
<i>Ткачук М., Артемчук Л.М.</i> Маркетинг в освіті	221
<i>Трачук Ю., Артемчук Л.М.</i> Вища математика - перший крок до маркетингового аналізу	223
<i>Ралко О.С.</i> Досвід Швейцарії у сфері комерціалізації освіти у вищій школі.....	225
<i>Березянка Т.В., Чинарро Г.</i> Особливості системи вищої освіти Франції	227
<i>Leškiw A.</i> Developing students' creativity through reading	230
<i>Niewiadomski K.</i> Wpływ stresu na efekty pracy i nauki	232
<i>Білан С.О.</i> Професійна підготовка фахівців у галузі міжнародних відносин	233
<i>Батечко Н.Г.</i> До проблеми формування аксіологічних цінностей магістрів	235
<i>Грищенко А.Г., Ралко О.С.</i> Профорієнтація молоді як механізм формування свідомого професійного вибору	239

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ

<i>Федулова І.В.</i> Зовнішні ризики ведення бізнесу в Україні.....	241
<i>Зінкевич А.В.</i> Організаційно-правові риси оподаткування підприємств пивоваріння.....	244
<i>Антоненко І.Я.</i> Інноваційні технології у туристичній сфері.....	247
<i>Сова А.В., Скопенко Н.С.</i> Організаційна культура в контексті сучасної парадигми управління.....	249
<i>Чорноморденко Д.І.</i> Проблеми в управлінні національною економікою: методологічний аспект	252
<i>Міняйло В.М. Власенко Т.О.</i> Сучасні проблеми управління персоналом підприємства.....	254
<i>Порфіленко З.Ю. Мельянова Л.В.</i> Вигоди й переваги бухгалтерського аутсорсингу в інноваційному процесі управління.....	256
<i>Секунова Ю.В.</i> Стан ринку праці та демографічної ситуації в Україні.....	259
<i>Золоторучко А.О. Власенко Т.О.</i> Актуальні проблеми управління витратами компанії в сучасних умовах господарювання	261
<i>Супрун А.Г., Савицька І.М.</i> Світоглядні засади стратегії економічного та соціального розвитку в умовах перехідного суспільства.....	263
<i>Балацька Я.О., Власенко Т.О.</i> Сучасні проблеми управління персоналом	265
<i>Бондаренко В.М. Бутусов О.Д.</i> Сучасні виклики моніторингу та оцінки конкурентоспроможності розвитку регіону	267
<i>Линник М.М., Власенко Т.О.</i> Новітні підходи до забезпечення ефективного використання робочого часу	269
<i>Іванчук Я.О. Власенко Т.О.</i> Сучасні проблеми управління персоналом.....	271
<i>Удворгелі К.Є., Мостенська Т.Л.</i> Взаємозалежність маркетингової та фінансової стратегій підприємства	274
<i>Тур О.В.</i> Теоретичні підходи до визначення дефініції «ринкова стійкість».....	277
<i>Богачова А.В.</i> Кастомізація: питання калькулювання якості продукції	280
<i>Шульпіна Н.В.</i> Agile-маркетинг: як поєднати сучасні та традиційні практики управління.....	283
<i>Тарасова Ю.О., Кірієнко К.С., Ралко О.С.</i> Сучасні проблеми управління персоналом на підприємстві	285
<i>Горкун Т. В., Лобунець Т.В.</i> Делегування - ключ ефективного менеджменту.....	287
<i>Палій В.О., Лобунець Т.В.</i> Принципи формування ефективної команди.....	289
<i>Мельнікович Є.О., Алексеєва К.А.</i> Впровадження стратегії антикризового управління на підприємстві.....	291
<i>Гурінчук Д.В., Алексеєва К.А.</i> Впровадження ефективної кадрової політики на підприємстві як метод антикризового управління.....	294
<i>Восколупов В.В., Алексеєва К.А.</i> Значення управління персоналом в умовах кризи ..	296
<i>Іващенко О.О., Алексеєва К.А.</i> Впровадження інноваційних заходів та інформаційних технологій в систему антикризового управління підприємством	297
<i>Харченко А.С., Алексеєва К.А.</i> Управління виробничим ризиком в умовах економічної кризи	300
<i>Камлук І.Ф., Мостенська Т.Г.</i> Ризик-менеджмент в управлінні ІТ-стартапів.....	302
<i>Іноземцева А.О., Мостенська Т.Г.</i> Структури управління організацією у сфері інформаційних технологій	304
<i>Герашенко В.</i> Професійні якості персоналу як основа ефективності підприємництва..	307
<i>Луцяк В.В.</i> Розуміння індустрії гостинності 2017: основні тенденції та проблеми.....	309

часопис – XXI. – 2014. – № 1-2(1). – С. 34-37.

2. Смагін В. Вплив фінансового ринку на процес відтворення в реальному секторі економіки / В. Смагін // Вісник КНТЕУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2009/01/2.pdf>.

3. Цілі сталого розвитку: Україна / Національна доповідь 2017. – Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, 2017. – 176 с.

4. Структурні трансформації в економіці України: динаміка, суперечності та вплив на економічний розвиток: наукова доповідь / [Шинкарук Л.В., Бевз І.А., Барановська І.В. та ін.]; за ред. чл.-кор. НАН України Л.В. Шинкарук; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – К., 2015. – 304 с.

5. Лайко О. Інвестиційний процес в Україні: проблеми сучасності та перспективи майбутнього / О. Лайко // Український журнал "Економіст" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-ekonomist.com/195-nvesticyniy-proces-v-ukrayin-problemi-suchasnost-ta-perspektivi-maybutnogo.html>.

УДК 339.138:338.242.2

Курей О.А., к.е.н.

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

(м. Ужгород, Україна)

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАКРОМАРКЕТИНГУ В РЕГУЛЮВАННІ СФЕРИ АГРОБІЗНЕСУ

Недоступність чи закритість інформації про ступінь розвитку ринків обумовлює зайві витрати на маркетингову політику на рівні підприємства та неефективність використання коштів на рівні економіки держави, що є однією з актуальних проблем в тому числі й у сфері агробізнесу. Функцію забезпечення необхідною інформацією суб'єктів агроринку можуть виконувати державні органи через застосування інструментів макромаркетингу.

За визначенням Тультаєва Т.А., макромаркетинг – це участь держави в управлінні ринковою діяльністю, державне регулювання ринкових процесів, вивчення ринку державними та громадськими організаціями [1]. Державний маркетинг (макромаркетинг) – комплекс заходів у системі державного управління (на рівні держави та окремих регіонів), спрямованих на виявлення і формування потреб (інтересів) членів суспільства (індивідуальних, групових і загальнодержавних), створення відповідних умов і здійснення конкретних дій і заходів щодо їх комплексного задоволення. Окремі елементи та функції маркетингу вже використовуються в діяльності державних органів, тим не менш не завжди вони носять комплексний і цілеспрямований характер, а для їх практичного втілення часто не вистачає необхідних ресурсів [2]. Але суть державного маркетингу полягає в переході на маркетингову концепцію державного управління, яка передбачає широке використання маркетингових методів на всіх стадіях прийняття та реалізації управлінських рішень. Суб'єктом маркетингу в державному управлінні є сама держава, а сферою державного управління, в якій доцільно застосовувати маркетингові підходи, є виконавча

влада, яка і може розглядатися як суб'єкт маркетингу державного управління [3]. Головними суб'єктами маркетингу державного управління у сфері виконавчої влади мають стати: вищий рівень виконавчої влади, галузеві центральні органи виконавчої влади, місцеві органи державного управління та окремі державні установи [4]. Основними засобами макромаркетингу є маркетингові дослідження, тобто процес вивчення ринку товарів і послуг, попиту і пропозиції, поведінки споживачів, ринкової кон'юнктури, динаміки цін з використанням інструментів маркетингового аналізу та маркетингового моніторингу.

Можливість використання макромаркетингу як інструмента державного регулювання агропромислового сектору зумовлена універсальністю застосування концепції маркетингу та важливістю застосування маркетингу на макрорівні в умовах трансформаційної економіки.

Макромаркетинг може бути як засобом державного регулювання, спрямованого на інформаційне забезпечення суб'єктів агробізнесу, так і одним із інструментів формування засобів державного регулювання. Використання макромаркетингу забезпечить обґрунтованість принципів рішень державних органів із питань регулювання за рахунок отримання в ході макромаркетингу об'єктивної соціально-економічної інформації про стан і розвиток агробізнесу, тенденції змін, мотивацію поведінки й інші важливі характеристики [5].

На сьогодні макромаркетинг як інструмент державного регулювання трактують як одну із функцій органів державного управління, що реалізується через створення маркетингових інформаційних систем, моніторингових і маркетингових служб та проведення маркетингових досліджень. Результати маркетингових досліджень використовують для інформаційного забезпечення суб'єктів господарювання та ухвалення рішень держави щодо регулювання бізнесу. Це дає змогу спрямовувати інтереси останнього й держави в одному спільному напрямі, що сприятиме досягненню максимальної ефективності засобів державного впливу.

Використання маркетингових інструментів органами державної влади на всіх рівнях управління сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств, окремих галузей і сфер підприємницької діяльності. Це може бути реклама окремих підприємств і видів виробництв, їх презентація на міжнародному державному або на регіональному рівнях; допомога в укладенні міжнародних договорів та залученні інвестицій; організація та проведення міжнародних виставок і презентацій продукції; прямий державний маркетинг у формі безпосередніх перемовин з потенційними споживачами продукції; державний інтернет-маркетинг у вигляді розміщення інформації на офіційних сайтах про підприємства і їх продукцію, як наприклад, розміщення інформації про успішні підприємницькі практики на сайті УФПП, що є, по суті, опосередкованою рекламою і підвищує їх імідж та конкурентоспроможність.

Необхідно широке використання маркетингових інструментів, які спрямовані на умови входження на ринок, позиціонування на ньому, переміщення і виходу. Держава може знизити або, навпаки, підвищити бар'єри для входу або виходу суб'єктів агробізнесу, формувати умови ринкової

конкуренції, сприяти зниженню трансакційних витрат (моніторинг середовища, державні закупівлі, сприяння ціновій рівновазі, цінове сприяння, виставково-ярмаркова діяльність, інформаційно-консультаційне забезпечення через проведення маркетингових досліджень).

Макромаркетинг та його інструменти слід використовувати при розробці заходів підтримки на рівні регіонів і територій. В цьому випадку йдеться про інструменти територіального маркетингу, спрямованого на використання потенціалу підприємництва в розвитку регіонів і реалізованого через регіональні програми підтримки. Найефективнішим засобом тут може стати організація маркетингових інформаційних систем. Їх роль як інструмента державної підтримки суб'єктів агробізнесу полягає в ретельному вивченні інформаційних потреб підприємництва, розробці інформаційної системи, централізації наявної інформації й організації її розподілу в регіоні.

Література:

1. Тультаев Т.А. Маркетинг услуг: учебно-методический комплекс [Электронный ресурс]. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 176 с. – Режим доступа: http://htbiblio.yolasite.com/resources/tultaev_servmark.pdf
2. Другов А.А. Государственный маркетинг как важный фактор совершенствования механизма управления социально-экономическими процессами в обществе [Электронный ресурс] /А.А.Другов., А.Р.Сафин, С.В.Сендецкая // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – №4. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/articles/2005/4/3849.html>
3. Кутьков В.П. Роль територіального маркетингу в управлінні регіональним розвитком / В.П.Кутьков// Теорія та практика державного управління: зб. наук. пр. – Х. : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр». – 2012. – Вип. 3 (38). – С.156-162
4. Ромат Є. До питання використання елементів маркетингу в державному управлінні / Є.Ромат // Вісник УАДУ. – 2002. – № 3. – С. 33-47
5. Стефанок І.Б. Теоретико-методологічні засади застосування контролінгу в системі державного регулювання економіки / Стефанок І.Б. // Фінанси України. – 2006. – № 5. – С.149-156

УДК 330.341.1

*Плотнікова М.Ф., к.е.н., доцент
Житомирський національний агроекологічний університет
(м. Житомир, Україна)*

ПРІОРИТЕТИ БАГАТОФУНКЦІОНАЛЬНОГО СІЛЬСЬКОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Трендовий аналіз збереження тенденцій розвитку територій дозволяє засвідчити песимістичний сценарій зниження показників соціально-економічного розвитку територіальної громади погіршення демографічної ситуації, зростання рівня зареєстрованого та прихованого безробіття, рівня професіоналізму вказаної категорії осіб, зниження доходів громадян,