

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ  
Факультет економіки та менеджменту**

# **МАТЕРІАЛИ**

**науково-практичної конференція за підсумками  
проходження здобувачами вищої освіти  
виробничих практик**

27-28 березня 2019 року



**Полтава – 2019**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ  
Факультет економіки та менеджменту**

# **МАТЕРІАЛИ**

**науково-практичної конференція за підсумками  
проходження здобувачами вищої освіти  
виробничих практик**

**27-28 березня 2019 року**

**Випуск 12**

**Полтава – 2019**

УДК 378.147.88 : 33  
ББК 74.58 : 65

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради факультету економіки та менеджменту Полтавської державної аграрної академії  
(протокол №8 від 22 квітня 2019 р.)*

***Редакційна колегія збірника матеріалів конференції:***

**Галич О.А.**, декан факультету економіки та менеджменту, к.е.н., доцент;

**Світлична А.В.**, заступник декана факультету економіки та менеджменту, к.е.н., доцент;

**Миколенко І.Г.**, координатор практичної підготовки спеціальності «Економіка», к.е.н., доцент;

**Писаренко С.В.**, координатор практичної підготовки спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», к.с.-г.н., доцент;

**Федірець О.В.**, координатор практичної підготовки спеціальності «Менеджмент», к.е.н., доцент;

**Шупта І.М.**, координатор практичної підготовки спеціальності «Публічне управління та адміністрування», к.п.н., доцент.

Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик. Випуск 12. – Полтава: ПДАА, 2019. – 181 с.

У збірнику подано матеріали досліджень, оприлюднених на науково-практичній конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик. У публікаціях зроблені узагальнення теоретичних знань та практичних навичок здобутих підчас практики на базі конкретних підприємств, установ, організацій.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	69
<i>Стеценко М.О., здобувач СВО Бакалавр, ОПП Менеджмент підприємства, спеціальність 6.030601 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Федірець О.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ В ПІДПРИЄМСТВІ .....	70
<i>Терно А.І., здобувач СВО Бакалавр, ОПП Менеджмент підприємства, спеціальність 073 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Федірець О.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТРОЛІНГУ У СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	72
<i>Федорченко В.В., здобувач СВО Бакалавр, ОПП Менеджмент підприємства, спеціальність 6.030601 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Потапюк І.П., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	74
<i>Батура В.Ю., СВО Магістр, ОПП Бізнес-адміністрування, спеціальність 073 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Коваленко М. В., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
ВИБІР ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	76
<i>Вибиванець А.Б., СВО Магістр, ОПП Менеджмент організацій, спеціальність 073 Менеджмент ...</i>	
<i>Науковий керівник – Дячков Д.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
РОЛЬ МОТИВАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	78
<i>Гордівська А.С., СВО Магістр, ОПП Менеджмент організацій, спеціальність 073 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Федірець О.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ .....	80
<i>Дейнеко К.А., здобувач СВО Магістр, ОПП Менеджмент організацій, спеціальність 073 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	82
<i>Дековець К.О., СВО Магістр, ОПП Менеджмент організацій, спеціальність 073 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Федірець О.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	83

<i>Дорошенко М. П., здобувач СВО Магістр, ОПП Менеджмент організацій, спеціальність 073 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА .....	85
<i>Заїка В. М., СВО Магістр, ОПП Бізнес-адміністрування, спеціальність 073 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Федірець О.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА .....	87
<i>Карасенко В.М., СВО Магістр, ОПП Менеджмент організацій, спеціальність 073 Менеджмент ....</i>	
<i>Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	89
<i>Кошулько А. В., здобувач СВО Магістр, ОПП Бізнес-адміністрування, спеціальність 073 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВ АПК.....	91
<i>Лупинос Р. С., здобувач СВО Магістр, ОПП Менеджмент організацій, спеціальність 073 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	93
<i>Облап Д. С., СВО Магістр, ОПП Менеджмент організацій, спеціальність 073 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	94
<i>Павлик Р.В., СВО Магістр, ОПП Бізнес-адміністрування, спеціальність 073 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Коваленко М.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	96
<i>Простак О.С., СВО Магістр, ОПП Бізнес-адміністрування, спеціальність 073 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Коваленко М.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	
ЗАСТОСУВАННЯ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ .....	99
<i>Родько О.Ю., СВО Магістр, ОПП Бізнес-адміністрування, спеціальність 073 Менеджмент</i>	
<i>Науковий керівник – Потапюк І.П., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту</i>	

та ефективність виробництва будуть зростати лише тоді, коли ці ресурси використовуватимуться повністю й інтенсивно [3, с. 5].

Тому не менш важливе значення має забезпечення підприємств кадрами високої кваліфікації. За всіх інших рівних умов досвідчений, добре підготовлений працівник, який творчо ставиться до виконання обов'язків, може виробляти більше продукції вищої якості. Продуктивність праці зростатиме і тоді, коли на підприємстві будуть створені такі виробничі відносини, де б панували добрий психологічний клімат, взаєморозуміння керівників і працівників, інші мотивації до праці.

Одним з основних шляхів підвищення ефективності виробничої діяльності є запровадження у виробництво нових технологій, сучасних форм автоматизації та інформаційних технологій, які передбачають використання досягнень науки та передового досвіду. Вони викликають суттєві зміни в технічному рівні і продуктивності технологічного устаткування, методах і формах організації трудових процесів, підготовці та кваліфікації кадрів [2, с. 38].

На підприємстві, яке має матеріаломістке й енергомістке виробництво, має місце проблема економії та зменшення споживання сировини, матеріалів та енергії, яка може позитивно розв'язуватися шляхом упровадження маловідходної та безвідходної технології, збільшення виходу корисної продукції чи енергії з одиниці використовуваного матеріалу, використання дешевих видів сировини, підвищення якості матеріалів за допомогою первинної обробки, раціоналізації управління виробничими запасами і розвитку ефективних джерел постачання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Василенко В.О. Виробничий (операційний) менеджмент: [навч. посіб.] / В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 532 с.
2. Макаренко П. М. Моделі аграрної економіки: [монографія] / П. М. Макаренко – К.: ІАЕ УААН, 2006. – 670 с.
3. Трегобчук В. Іноваційно-інвестиційний розвиток національного АПК: проблеми, напрями та механізми / В. Трегобчук // Економіка України. – 2018. – №2. – С.4-8.

### **ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

*Дорошенко М. П., здобувач СВО Магістр, ОПІ Менеджмент організацій,  
спеціальність 073 Менеджмент  
Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри  
менеджменту*

Ефективність діяльності підприємств значною мірою залежить від їх економічно обґрунтованої стратегічної орієнтації з огляду на необхідність

забезпечення функціонування підприємств у мінливому ринковому середовищі на довгострокову перспективу. Водночас, менеджери переважної більшості підприємств здійснюють вибір власної стратегічної орієнтації емпіричним шляхом, що знижує ймовірність оптимального використання ключових компетенцій підприємства.

Успішність функціонування підприємства на цільовому ринку визначається наявністю чіткої стратегії діяльності, а також необхідним є управління стратегією, що передбачає здійснення моніторингу зовнішнього маркетингового середовища підприємства та адаптації стратегії у випадку зміни впливу чинників макро- та мікросередовища. Процес розробки та обґрунтування стратегічної орієнтації включає три основні елементи: визначення нинішньої позиції підприємства в контексті його стратегічних перспектив функціонування, стратегічні варіанти його розвитку, а також обґрунтування комплексу заходів з реалізації стратегії. Стратегічна позиція підприємства визначає цілі та мотиви щодо його подальшого функціонування на ринку, які, в свою чергу, коректуються під впливом чинників зовнішнього середовища та узгоджуються із ключовими компетенціями підприємства. Обрана ж стратегія потребує адекватного інструментарію управління змінами зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, створення умов для реалізації стратегії, розробки оптимальної організаційної структури [1, с. 150].

Розробка маркетингової стратегії це трудомісткий процес, що вимагає значних витрат часу, вміння правильно аналізувати ситуацію, що склалася і креативно мислити. Цей процес починається з аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища і закінчується аналізом ефективності прийнятих рішень. Причому, на останній стадії необхідно довідатися не просто наскільки заплановані дії виконані точно, коректно і в строк, але і те наскільки ці дії правильно обрані для досягнення мети.

Етапами розробки маркетингової стратегії фахівці зазначають наступні:

1. Аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища.
2. Вибір стратегій розвитку.
3. Аналіз потреб
4. Сегментація ринку: макро- і мікросегментація.
5. Вибір цільового сегменту.
6. Позичонування.
7. Комплекс marketing-mix (товар, збут, ціна, комунікації).
8. Бюджет маркетингу.
9. Реалізація плану і контроль [2, с. 178].

Сучасне ринкове середовище характеризується динамічністю та значною невизначеністю, поступовим перенасиченням ринку продукцією, що спричинює формування жорстких умов виживання. Таким чином, послідовна розробка маркетингової стратегії підприємства дасть змогу не тільки правильно вибрати шлях упровадження стратегії маркетингу, а й отримати необхідний результат, що очікує підприємство. Обрана маркетингова стратегія

є основою для розробки маркетингового плану, тобто конкретних дій з реалізації маркетингової стратегії.

#### **Список використаних джерел:**

1. Возненко А. Розробка та імплементація маркетингової стратегії підприємства на зовнішньому ринку / А. Возненко // Вісник Хмельницького національного університету 2011. – № 6. – Т. 4. – С. 150-153. – Режим доступу: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011\\_6\\_4/150-153.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_4/150-153.pdf).
2. Мурахтанова Н. М. Маркетинг : [учебное пособие] / Н. М. Мурахтанова. – Тольятти : ТГУ, 2003. – 234 с.

### **СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

*Зайка В. М., СВО Магістр, ОПП Бізнес-адміністрування, спеціальність 073  
Менеджмент  
Науковий керівник – Федірець О.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри  
менеджменту*

У період реформування земельних відносин однією з найважливіших проблем є проблема економічного управління, використання та відтворення природних ресурсів. Зміни економічного механізму господарювання, наявність економіки ринкового типу і докорінна перебудова соціально-економічної структури суспільства торкаються земельних відносин, управління земельними ресурсами й організації раціонального їх використання, землевпорядкування і земельного кадастру.

Управління земельними ресурсами можна розглядати на двох рівнях:

- макроекономічному (на рівні держави);
- мікроекономічному (на рівні агропромислових підприємств).

З точки зору макроекономічного рівня, управління земельними ресурсами – це діяльність держави, зокрема законодавчої та виконавчої влади, що спрямована на прогнозування, планування і організацію раціонального використання земельних ресурсів та охорони земель з метою забезпечення добробуту населення.

Базисом управління земельними ресурсами має стати реалізація державної політики, спрямованої на високотехнологічне екологічнобезпечне землекористування, що відповідає характеру регульованої, соціально орієнтованої ринкової економіки [2, с. 14].

На мікроекономічному рівні управління земельними ресурсами – це діяльність підприємства, спрямована на створення умов раціонального, ефективного використання та охорони земель з метою отримання прибутку та задоволення суспільних потреб. В його основі лежить ефективне