

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ,  
ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

МАТЕРІАЛИ  
щорічної студентської наукової конференції

17 листопада 2020 року

Полтава 2020

## РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

|                                    |                                                                                                   |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Олександр ГАЛИЧ –</b>           | к.е.н., професор, директор ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій;          |
| <b>Тетяна ВОРОНЬКО-НЕВІДНИЧА –</b> | к.е.н., доцент, заступник директора ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій; |
| <b>Тамара ЛОЗИНСЬКА –</b>          | д.держ.упр., професор, завідувач, професор кафедри публічного управління та адміністрування;      |
| <b>Петро МАКАРЕНКО –</b>           | д.е.н., професор, завідувач, професор кафедри економіки та міжнародних економічних відносин;      |
| <b>Ірина МАРКІНА –</b>             | д.е.н., професор, завідувач, професор кафедри менеджменту;                                        |
| <b>Ханлар МАХМУДОВ –</b>           | д.е.н., професор, завідувач, професор кафедри підприємництва і права;                             |
| <b>Володимир ПИСАРЕНКО –</b>       | д.е.н., професор, завідувач, професор кафедри маркетингу;                                         |
| <b>Юрій УТКІН –</b>                | к.т.н., доцент, завідувач, доцент кафедри інформаційних систем та технологій                      |

Тези наводяться без змін та редагування. Відповідальність за зміст і редакцію матеріалів несуть автори та наукові керівники.

Для здобувачів вищої освіти закладів вищої освіти

Матеріали щорічної студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії, 17 листопада 2020 р. – Полтава: ПП «АСТРАЯ», 2020. – 52 с.

© Полтавська державна аграрна академія (ПДАА)

## **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

На сьогодні, можна відслідкувати дві тенденції продуктивності маркетингу. Перша з яких пов'язана з вивченням можливостей використання при оцінці маркетингової діяльності нефінансових критеріїв виміру результатів, наприклад при оцінці якості послуг, тоді як друга – з аналізом можливостей обліку при оцінки адаптивності та інноваційності маркетингових зусиль підприємства, а це в свою чергу, передбачає застосування складніших методик для оцінки маркетингової продуктивності [3].

Деякі фахівці схиляються до іншого підходу, що пов'язаний з оцінкою ефективності маркетингової роботи – концепція маркетингового аудиту. Зокрема, Ф. Котлер представляє маркетинговий аудит як всебічне, систематичне, незалежне, періодичне дослідження стратегій, цілей, видів діяльності і середовища компанії або стратегічної бізнес-одиниці, спрямований на виявлення проблем і можливостей, а також обґрунтування рекомендації, які сприятимуть нарощуванню ефективності маркетингової функції підприємства. Маркетинговий аудит, за переконаннями науковця, слід використовувати в якості невід'ємної частини процесу планування маркетингу. Загалом необхідно проводити таку оцінку маркетингової роботи: аудит маркетингового середовища, стратегічний маркетинговий аудит, організаційний маркетинговий аудит (оцінка взаємодії систем маркетингу і продажів), системний маркетинговий аудит (оцінка маркетингової інформаційної системи), аудит продуктивності, функціональний маркетинговий аудит. Пізніше Ф. Котлер вводить поняття «концепції ефективного маркетингу», яка базується на необхідності і можливості оцінки рентабельності і фінансових результатів маркетингових програм і рішень [2].

Резюмуючи сучасні дослідження, необхідно акцентувати увагу на тому, що за критерієм способу оцінювання всі методичні підходи визначення економічної ефективності маркетингової діяльності аграрних підприємств можна об'єднати у дві групи:

- 1) на основі експертних оцінок;
- 2) на основі визначення фінансової оцінки.

Зокрема, В. Гуцуляк [1] констатує, що перший підхід, який базується на експертній оцінці виконання у підприємстві таких функцій, як сегментування ринку й вибір цільових сегментів, позиціонування товару, розробка ефективних товарних асортиментів, виведення на ринок нових товарів, здійснення гнучкої цінової політики, вибір ефективних каналів збуту й організація збутової діяльності, здійснення ефективною комунікаційної діяльності. Оцінити виконання цих функцій маркетингу й функцій керування маркетингом можна

тільки за допомогою експертної оцінки, яку здійснюють фахівці служби маркетингу підприємства.

За другого підходу в сучасних умовах використовується універсальний показник ефективності діяльності суб'єкта господарювання, коли оцінюється вартість бізнесу. За рахунок того, що маркетингові програми спрямовані на підвищення поточного прибутку аграрного підприємства, а з іншого – вони сприяють зміцненню іміджу суб'єкта, й отже створюють певний інтегральний ефект, що триває протягом декількох років.

Таким чином, у загальному вигляді найбільш повною системою економічної оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств АПК є аналіз окремих функцій маркетингу та складових комплексу маркетингу підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гуцуляк В. Р. Система оцінки економічної ефективності маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2016. № 4. С. 68-70.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг; пер. с англ.; 2-е европ. изд. М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2006. 944 с.
3. Ойнер О. К. Модель оценки маркетинговой деятельности компании на основе применения критериев мировых премий по качеству. *Маркетинг и маркетинговые исследования*. 2010. № 3. С. 186-197.

*Кривобік М. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,  
Спеціальність 073 Менеджмент  
Науковий керівник: к.е.н., доцент Сафонова Т. О.*

### **УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Управління проектами в даний час є областю менеджменту, що охоплює сфери виробництва, в яких створення продукту або послуги реалізується як унікальний комплекс взаємопов'язаних цілеспрямованих заходів за певних вимог до термінів, бюджету та якості продукції. Будь-яка система діяльності, а саме: соціальна, економічна, виробнича, інформаційна – зазнає певних змін, які обумовлені впливом внутрішніх або зовнішніх факторів навколишнього середовища, тому успішна діяльність будь-якого підприємства, фірми багато в чому залежить від того, наскільки адекватно, швидко і ефективно воно здатне провести адаптацію відповідно до швидких, мінливих умов.

Розуміння сутності та змісту управління проектами з плином часу змінювалося під впливом об'єктивних чинників, все більше ускладнювали цілі проектів і характеристики середовища, в яких здійснюється їх розробка і реалізація. Найбільш цілісним підходом до визначення поняття «Управління проектами», на наш погляд, є підхід, представлений в роботах Мазура І. І., Шапіро В. Д., Ольдерогге Н. Г. На думку авторів, управління проектами – це

|                                                                                                                                                                                                 |                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <p><i>Коврижко Ю. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i><br/> <i>Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i><br/> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Сьомич М. І.</i></p> | <b>УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНАХ ВЛАДИ..... 30</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                |                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Козельський Є. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i><br/> <i>Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</i><br/> <i>Науковий керівник: д.е.н., професор Березіна Л. М.</i></p> | <b>АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ..... 31</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                |                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Колісник А. О., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр</i><br/> <i>Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології</i><br/> <i>Науковий керівник: д.т.н., професор Слюсар В. І.</i></p> | <b>ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ МЕРЕЖІ ДОСТУПУ В РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ NGOA..... 33</b> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Колотій І. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i><br/> <i>Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i><br/> <i>Науковий керівник: к. і. н., доцент Щетініна Т. О.</i></p> | <b>УПРАВЛІННЯ ОПОРНИМИ ЗАКЛАДАМИ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ..... 35</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                |                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Коробка Є. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i><br/> <i>Спеціальність 051 Економіка</i><br/> <i>Науковий керівник: к.е.н. Загребельна І. Л.</i></p> | <b>ПРИНЦИПИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ..... 37</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                |                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <p><i>Коробка Є. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i><br/> <i>Спеціальність 051 Економіка</i><br/> <i>Науковий керівник: к.е.н. Загребельна І. Л.</i></p> | <b>ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ..... 38</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Кравченко Н. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i><br/> <i>Спеціальність 073 Менеджмент</i><br/> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т. В.</i></p> | <b>СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ..... 40</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                       |                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <p><i>Кривобік М. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр</i><br/> <i>Спеціальність 073 Менеджмент</i><br/> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Сазонова Т. О.</i></p> | <b>УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ..... 41</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|