

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**МАТЕРІАЛИ**  
**студентської наукової конференції**

*15-16 травня 2023 року*

**Том I**



**Полтава**

### **Редакційна колегія:**

**Олег Горб**, проректор з науково-педагогічної, наукової роботи, доцент;

**Станіслав Ковальчук**, голова Ради молодих вчених, професор кафедри будівництва та професійної освіти, доцент;

**Ілона Яснолоб**, начальник науково-дослідного сектору, доцент кафедри підприємництва і права, доцент;

**Світлана Козина**, завідувач відділу з питань інтелектуальної власності;

**Олександра Біловод**, декан інженерно-технологічного факультету, доцент;

**Людмила Дорогань-Писаренко**, декан факультету обліку та фінансів, професор;

**Сергій Кулинич**, декан факультету ветеринарної медицини, професор;

**Микола Маренич**, директор навчально-наукового інституту агротехнологій, селекції та екології, професор;

**Алла Світлична**, директор навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій, доцент;

**Анатолій Шостя**, декан факультету технології виробництва та переробки продукції тваринництва, старший науковий співробітник;

**Віктор Радочін**, начальник редакційно-видавничого відділу.

Відповідальність за зміст і редакцію матеріалів несуть автори та наукові керівники.

Матеріали студентської наукової конференції Полтавського державного аграрного університету, 15-16 травня 2023 року. Том I. – Полтава: РВВ ПДАУ, 2023. – 206 с.

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

<b><i>А. О. Строкань</i></b> ВПЛИВ ВІЙНИ НА ПРИБУТКОВІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ .....	4
<b><i>А. А. Бахвалов</i></b> МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА .....	7
<b><i>А. В. Ващенко</i></b> ЧИННИКИ ЦІНОУТВОРЕННЯ .....	9
<b><i>Глюхіна І.А.</i></b> HR-БРЕНДИНГ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІМІДЖУ РОБОТОДАВЦЯ.....	11
<b><i>Д. В. Корж</i></b> КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ...	13
<b><i>Терещенко В.О.</i></b> СКЛАДОВІ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА .....	15
<b><i>С. В. Тульчинська</i></b> ВПЛИВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА .....	17
<b><i>Ю. С. Цирульнікова</i></b> БРЕНДИНГ У СФЕРІ ЛОГІСТИКИ.....	20
<b><i>І. Ю. Богма, К. І. Гурін</i></b> СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА .....	23
<b><i>А. М. Даценко</i></b> УДОСКОНАЛЕННЯ СТИЛЮ КЕРІВНИЦТВА МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	24
<b><i>М. В. Дуденченко</i></b> МЕТА ТА ЦІЛІ РЕГІОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ .....	26
<b><i>С. М. Капітан</i></b> РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ .....	28
<b><i>В. С. Карпенко</i></b> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ В СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА .....	30

- спостерігатиметься відсутність зацікавленості та ініціативності персоналу, переважатимуть апатія та невмотивованість співробітників;
- на підприємстві пануватиме формальний підхід до виконання трудових функцій, посадових обов'язків;
- фіксуватиметься низький рівень особистої, колективної відповідальності за результати трудової діяльності;
- буде відсутній командний дух, згуртованості;
- велика ймовірність наявності високого рівня конфліктності, інтриг;
- наслідком буде – висока плинність кадрів, відсутність інтересу до роботодавця з боку висококваліфікованих кандидатів на наявні вакансії;
- у підсумку – погіршення ділового іміджу, репутації підприємства.

Отже, корпоративна культура повинна знаходитися в центрі постійної уваги сучасних менеджерів. Вона не лише сприяє зростанню ефективності системи управління персоналом, рівнем його мотивації та лояльності до підприємства, але й сприяє зростанню результативності та конкурентоспроможності підприємства загалом.

#### **Список використаних джерел:**

1. Данюк В. М., Чернушкіна О. О. Сучасне розуміння корпоративної культури. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32606993.pdf> (дата звернення 01.03.2023).

2. Гриценко Н. В. Корпоративна культура як елемент системи управління персоналом. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2018. № 15(1291). С. 17-20.

**УДК 331.1+658.3**

### **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ В СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА**

*В. С. Карпенко*

*\*viktoria.voronina@pdaa.edu.ua*

*Науковий керівник:*

*В. Л. Вороніна\*, к. е. н., доц.*

Останнім часом дедалі більшої актуальності набуває питання системи управління кадровим потенціалом в стратегії формування конкурентних переваг підприємства. Швидкий розвиток ринку, постійне збільшення вимог клієнтів змушують підприємства використовувати гнучкіші способи функціонування. Крім того, світова економічна криза розставила жорсткі пріоритети, і вже зовсім не багато фірм здатні вижити в нових умовах. Саме тому на перший план висувається поняття інновацій та конкурентоспроможності, як основа успішного функціонування та розвитку сучасного підприємства. Також, змінюються підходи і до системи управління кадровим потенціалом підприємства.

Дослідженню, що стосується питань системи управління кадровим потенціалом підприємства присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних авторів: В. Вороніної, М. Данько, П. Друкера, Д. Дячкова, М. Зось-Кіора, С. Ізмалкової, А. Кляйкнехта, М. Матвєєва, І. Маркіної, Р. Миронова, А. Миколаєва, С. Нікітіна, І. Потапюк, Б. Твісса, Т. Сазонової, Й. Шумпетера і ін. Але, на сьогодні, проблеми управління, оцінки та напрямків ефективного використання кадрового потенціалу підприємства залишаються мало дослідженими.

Конкурентні переваги підприємства на сучасному етапі неможливо уявити без наявності розвиненого кадрового потенціалу. Якісні характеристики персоналу: кваліфікація, енергія та воля, на думку Пола Кругмана, є перевагами другої природи розвитку соціально-економічних систем. Тут простежується потреба своєчасного формування людських ресурсів, адекватних вимогам інноваційного характеру розвитку сучасної організації. «Персонал – єдиний із усіх факторів виробництва, що несе у собі творчу складову. Понад те, процес конкуренції над ринком можна уявити як конкуренцію ідей чи конкуренцію генераторів ідей. Таким чином, можна сказати, що конкуренція в сучасних економічних умовах, виявляючись у суперництві товарів, послуг та фірмових технологій, є відображенням змагання персоналів підприємств» [1].

Вороніна В. Л. визначає управління людськими ресурсами наступним чином. «Управління людськими ресурсами – це стратегічний підхід в управлінні найціннішими активами компанії, а саме людьми, які колективно та окремо роблять свій внесок у досягненні організаційних цілей» [2].

Управління персоналом з урахуванням інноваційної специфіки повинно мати системний характер та потрібні відповідні інноваційні інструменти, за допомогою яких дана система буде функціонувати. Наразі для управління персоналом використовують такі інноваційні інструменти: мотивація, менторство, впровадження віртуального офісу, аутстафінг та ін.

Отже, з метою забезпечення стабільності та досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства (фірми) необхідно формувати, навчати та цілеспрямовано мотивувати його кадровий потенціал як один з економічних ресурсів підприємства.

Відповідно до здатності персоналу підприємства формувати інноваційні ідеї та реалізовувати їх з метою підвищення конкурентоспроможності і отримання конкурентних переваг, нами сформована наступна класифікація:

I тип – працівники, які активно розробляють нові ідеї та проекти, незалежно від того, як це сприймається колективом, а також стимулюють інших працівників до активізації їх творчості. Даний тип кадрів зустрічається рідко та дуже цінується організацією;

II тип – це працівники, що мають творчий запал та з ініціативою створюють нові ідеї. Однак, якщо їх ідеї не отримали схвалення з боку керівництва, то вони перестають проявляти ініціативу;

III тип – здатні до творчості працівники, проте проявляють активність за умов матеріальних та нематеріальних способів мотивації;

IV тип – особи, що прагнуть до новаторства за наявності високого рівня мотивації, але відчують брак знань та професіоналізму;

V тип – працівники, що мають приховані здібності до новаторства та творчості, але вони не підозрюють про наявність цих здібностей і проявляють їх під впливом зовнішнього стимулювання.

VI – працівники, що не мають здібностей до творчої діяльності та не проявляють креативності відносяться до шостого типу.

Вважаємо, що поділ працівників згідно даної класифікації дасть змогу керівникам можливість максимально використати потенціал та можливості працівників в напрямку активізації інноваційних процесів.

Інноваційний підхід до управління кадровим потенціалом в стратегії формування конкурентних переваг підприємства передбачає вирішення однієї з головних протиріч системи управління кадровим потенціалом а саме розвиток творчого потенціалу в масштабах існуючої стратегії компанії. Для досягнення цього потрібні розробка та впровадження методів, механізмів, інструментів що дозволяють абсолютно по-новому втілити можливості розвитку творчого потенціалу працівників на довготривалий період, а разом із цим, здійснення постійних вкладень у людські ресурси, які дадуть можливість забезпечити конкурентоспроможність та ефективність компанії.

Отже, без інноваційного підходу до управління кадровим потенціалом в стратегії формування конкурентних переваг підприємства неможливе, оскільки персонал є частиною системи розвитку працівників та організації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бурачек І. В., Дащенко В. В. Формування кадрового потенціалу та управління його розвитком на підприємстві. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 320-323. URL: <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/67.pdf>.

2. Вороніна В. Л. Вплив трудового потенціалу на результати інноваційної діяльності підприємства. *Управління змінами та інновації*. 2022. № 4. С. 42-48. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/14430>

**УДК: 631.151:631.145**

### **УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ТЕХНОЛОГІЧНИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ**

*О. М. Книш*  
*dmiraf@ukr.net*

*Науковий керівник:*  
*Т. Є. Іщейкін, к. е. н., доц.*

Сучасні тенденції розвитку виробництва зумовлені глибинними змінами факторів функціонування підприємств: посиленням конкурентної боротьби;