

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
ОПОЛЬСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ (ПОЛЬЩА),
КАФЕДРА ІНЖЕНЕРІЇ ПРОЦЕСІВ**

МАТЕРІАЛИ

XV щорічного міждисциплінарного семінару

«СТУДЕНТСЬКІ РОБОТИ ЗА НАУКОВОЮ ТЕМАТИКОЮ КАФЕДРИ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ТЕХНОЛОГІЙ»

*кафедра інформаційних
систем та технологій*

*15 листопада
2018 р.*



Полтава – 2018

Редакційна колегія:

- Уткін Ю. В.** – к.т.н., доцент, завідувач кафедри інформаційних систем та технологій, доцент кафедри;
Галич О. А. – к.е.н., доцент, декан факультету економіки та менеджменту, професор кафедри;
Калініченко А. В. – д.с.-г.н., професор кафедри інженерії процесів Опольського університету (Польща);
Копішинська О. П. – к.ф.-м.н., доцент, професор кафедри;
Вакуленко Ю. В. – к.с.-г.н., доцент, доцент кафедри;
Дегтярьова Л. М. – к.т.н., доцент, доцент кафедри;
Дубик А. М. – к.т.н., доцент, доцент кафедри;
Івко С. О. – к.т.н., доцент, доцент кафедри;
Костоглод К. Д. – доцент, доцент кафедри;
Мінькова О. Г. – к.с.-г.н., доцент кафедри;
Одарущенко О. Б. – к.т.н., доцент кафедри;
Протас Н. М. – к.с.-г.н., доцент, доцент кафедри;
Поночовний Ю. Л. – к.т.н., с.н.с., доцент кафедри;
Сазонова Н. А. – асистент.

Матеріали XV щорічного міждисциплінарного семінару «Студентські роботи за науковою тематикою кафедри інформаційних систем та технологій». – Полтава: ПДАА, 15 листопада 2018 р. – 68 с.

У збірнику надруковані матеріали міждисциплінарного семінару студентських робіт за науковою тематикою кафедри інформаційних систем та технологій Полтавської державної аграрної академії.

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

Для студентів, аспірантів та викладачів вищих навчальних закладів.

© Полтавська державна аграрна академія (ПДАА)

© Кафедра інформаційних систем та технологій

© Кафедра інженерії процесів (Опольський університет, Польща)

<i>Лесюк Владислав Станіславович, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», напрямок підготовки «Менеджмент» Науковий керівник – к.с.-г.н. Мінькова О. Г.</i>	
ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ПРОДАЖУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	30
<i>Лесюк Владислав Станіславович, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», напрямок підготовки «Менеджмент» Науковий керівник – асистент Сазонова Н. А.</i>	
ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ РІВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	32
<i>Поночовна Олена Володимирівна, здобувач вищої освіти освітньо-наукового рівня «Доктор філософії», спеціальність «Економіка» Науковий керівник – д.е.н., професор Макаренко П. М.</i>	
ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ DATAMINING ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	34
<i>Редченко Руслана Олегівна, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», напрямок підготовки «Менеджмент» Науковий керівник – к.ф.-м.н., доцент Копішинська О. П.</i>	
ВЕБ-САЙТ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА.....	36
<i>Різнюк Ірина Вікторівна, здобувач освітньо-наукового ступеня доктор філософії Науковий керівник – к.е.н., доцент Сердюк Ольга Іванівна,</i>	
ВИКОРИСТАННЯ ГЕОІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В МІСЦЕВОМУ САМОВРЯДУВАННІ.....	39
<i>Савченко Олег Анатолійович, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «Інформаційні системи та технології» Науковий керівник – к.т.н., с.н.с. Поночовний Ю. Л.</i>	
ІСТОРИЧНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ТЕХНОЛОГІЙ НА УКРАЇНІ.....	41
<i>Севастьянов Андрій Андрійович, здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» Науковий керівник – к.с.-г.н., доцент Вакуленко Ю. В.</i>	
ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	43
<i>Спригін Владислав Максимович, здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Агроінженерія» Науковий керівник – к.т.н., доцент Сакало В. М.</i>	
МІСЦЕ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ У СТРУКТУРІ ІНЖЕНЕРНИХ ЗАДАЧ.....	44
<i>Пономаренко Вікторія Сергіївна, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр» спеціальність «Інформаційні системи та технології» Науковий керівник – к.т.н., доцент Одарущенко О. Б.</i>	
ОЦІНКА СТРУКТУРНОЇ НАДІЙНОСТІ ТА ЖИВУЧОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОЇ МЕРЕЖІ.....	48

Що стосується ячменю, то у 2013 р. збитковість продукції становила 23,7 %, а у 2017 р. – рентабельність 13,8 %, тобто показник зріс на 37,5 в. п. Підвищення середньої ціни реалізації 1 ц на 272,6 грн. (187,5 %), забезпечило зростання рентабельності продукції на 143 в. п. Водночас унаслідок підвищення собівартості 1 ц реалізованої продукції ячменю на 176,8 грн (92,8 %), рентабельність знизилася на 105,5 в. п.

Рентабельність соняшнику підвищилася з 18,4 % у 2013 р. до 35,8 % у 2017 р., тобто на 17,4 в. п. За рахунок підвищення середньої ціни реалізації 1 ц на 574,6 грн. (174,3 %), рентабельність продукції зросла на 206,4 в. п. Отже, єдиний фактор зниження рентабельності соняшнику – підвищення собівартості одиниці продукції.

Таким чином, в сучасних умовах для сільськогосподарських підприємств є важливим проведення факторного аналізу рівня рентабельності (збитковості) виробництва сільськогосподарської продукції. При використанні якого можна з'ясувати вплив факторів: збільшення або зменшення середньої ціни реалізації продукції та збільшення або зменшення собівартості одиниці продукції на зміну рівня рентабельності (збитковості) підприємства.

Список використаних джерел

1. Калініченко О. В. Економіка підприємства. Практикум : [навчальний посібник] / О. В. Калініченко, О. Д. Плотник. – К. : Кондор, 2012. – 600 с.
2. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств: підручник / О. О. Непочатенко, Н. Ю. Мельничук. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 504 с.
3. Організація і методика економічного аналізу: навч. посіб. / Т. Д. Косова, П. М. Сухарев, Л. О. Ващенко [та ін.]. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 528 с.
4. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. / Г. В. Савицька. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2007. – 668 с.

*Поночовна Олена Володимирівна, здобувач вищої освіти
освітньо-наукового рівня «Доктор філософії»,
спеціальність «Економіка»
Науковий керівник – д.е.н., професор Макаренко П.М.*

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ DATAMINING ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

За умов функціонування ринкових відносин сільськогосподарські підприємства повинні вдосконалювати політику попиту: збільшувати різноманітність асортименту, покращувати якість, зменшувати ціни та собівартість, оптимізувати структуру витрат. Більшість вітчизняних сільськогосподарських підприємств не змогли без втрат виконати перехід від адміністративної системи господарювання до «ринку покупця»[1]. Керівники

багатьох підприємств за відсутності належної стратегії розвитку не змогли забезпечити позитивний приріст показників прибутковості. Заходи, спрямовані на оздоровлення фінансової системи України, можуть дати позитивні результати лише за умови адекватного формування стратегій забезпечення прибутковості підприємств та організацій. Проблеми забезпечення прибутковості розглянуті в роботах провідних економістів (Антонюк Р.Р., Бланк І.А., Кодацький В.П., Макаренко П.М.), де аргументовано необхідність стратегічного підходу до забезпечення фінансових показників підприємств, у першу чергу, прибутковості. Прибутковість – це показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з точки зору здатності його приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів [2]. Це здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення господарської діяльності, який полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами, при чому в розмірі достатньому для ефективного подальшого функціонування [3].

У сукупності за конкретним регіоном, сільськогосподарські підприємства накопичують під час своєї діяльності великі обсяги даних у різних формах та на різних носіях. На різних етапах формування стратегії забезпечення прибутковості сільськогосподарських підприємств з великих обсягів даних необхідно виділити корисну інформацію. Наприклад, це дані про групи товарів, найбільш потрібні клієнтам, про ефективність використання наявних ресурсів або про доцільні алгоритми мінімізації втрат. Для вирішення цих проблем призначені новітні технології DataMining[4]. Вони використовують складний статистичний аналіз і моделювання для знаходження моделей і відношень, прихованих у базі даних - таких моделей, що не можуть бути знайдені звичайними методами. Технології DataMining можуть не тільки підтвердити емпіричні спостереження, але і знайти нові, невідомі раніше моделі[5]. За своєю суттю, аналіз даних DataMining - це перетворення великих обсягів «сирих» даних в такі, що мають певний сенс і практично корисні (схеми, структури і правила). Аналіз даних може бути розділений на два види – прямий (прогнозування) і непрямий (класифікація і кластеризація). Завдання прямого аналізу – прогноз конкретних показників, наприклад, прогноз продажної вартості продукції тваринництва на базі інформації про ціни на товари в заданому регіоні. Завдання непрямого аналізу – створення груп даних або пошук певних структур або схем в існуючому наборі даних[5]. Для якісного DataMining аналізу даних прибутковості сільськогосподарських підприємств слід дотримуватися наступної послідовності:

1. Висування гіпотез;
2. Збір та систематизація даних;
3. Підбір адекватної моделі;
4. Тестування та інтерпретація отриманих даних;
5. Використання результатів аналізу при формуванні стратегічних заходів забезпечення прибутковості.

Реалізація економічної стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства, направлена на оптимізацію і забезпечення цільового показника – прибутку, можлива лише за умови якісного аналізу наявних даних, що мають різну форму та джерела походження. Проведення якісного та повного аналізу можливе за умов використання сучасних технологій DataMining.

Список використаних джерел

1. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2000. – 412 с.
2. Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності // Економіка і суспільство. – 2016. – № 3. – С. 189–192.
3. Антонюк Р. Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. – 2012. – № 126. – С. 50–55.
4. Ситник В. Ф., Краснюк М. Т. Інтелектуальний аналіз даних (DataMining): навч. посібник. – К: КНЕУ, 2007. – 376 с.
5. Ліщина Н. М. Інтелектуальний аналіз даних: конспект лекцій. Луцьк: Луцький НТУ, 2016. – 112 с.

*Редченко Руслана Олегівна, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
напряму підготовки «Менеджмент»
Науковий керівник – к.ф.-м.н., доцент Копішинська О. П.*

ВЕБ-САЙТ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

Імідж організації – це образ, який існує у свідомості людей. Можна сказати, що будь-яка організація має імідж не залежно від того, хто над ним працює і чи працюють над ним узагалі [1, с. 23].

В умовах конкуренції кожна фірма, підприємство має бути зацікавлена у формуванні свого позитивного іміджу.

Сприятливий образ-імідж повинен бути адекватним, оригінальним, пластичним і мати точну адресу. Штучне створення іміджу краще довірити професіоналам високої кваліфікації, і не варто заощаджувати кошти на його створення. Якщо фірма не подбає про створення потрібного іміджу, споживачі можуть обійтися власною уявою і прийти до свого варіанта, що не завжди буде виграшним [2, с.54]

До основних засобів формування іміджу можна віднести наступні:

1. Фірмовий стиль. Поняття «фірмовий стиль» містить у собі дві складові: зовнішні образи і характер поведінки на ринку.

2. Оригінал-макети. Вони можуть бути різними, але один елемент робить цілу серію макетів пізнавальними, важливу роль грає колір.

3. Вербальні (словесні) засоби – спеціально підібрана стилістика, орієнтована на нестатки споживача.

*Підписано до друку 29.11.2017. Формат А5.
Гарнітура Таймс. Друк – різнографія. Папір офсетний.
Ум. друк. арк. 6,98. Обл. вид. арк. 7,12. Наклад 50.
Замовлення 61, Полтавська державна аграрна академія,
36003, м. Полтава, вул. Г. Сковороди, 1/3*