

**ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
АГРОБІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра захисту, генетики і селекції рослин**



**МАТЕРІАЛИ**

**Міжнародної студентської наукової конференції, присвяченої 20-річчю  
відкриття спеціальності 202 «Захист і карантин рослин»  
в Одеському державному аграрному університеті**

**«АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗАХИСТУ І КАРАНТИНУ РОСЛИН В  
УКРАЇНІ»**

26-27 травня 2021 року

Одеса

## **ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**Голова оргкомітету:** Брошков М.М., д. вет. н., проф., ректор ОДАУ.

**Заступник голови:** Данчук О.В., д.вет.н., проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків ОДАУ.

**Секретар:** Балан Г.О., к.с-г.н., доц. кафедри захисту, генетики і селекції рослин, агробіотехнологічний факультет ОДАУ.

**Члени оргкомітету:**

**Іщенко І.О.** к.с-г.н., декан агробіотехнологічного факультету ОДАУ

**Крайнов О.О.** к.б.н., зав. каф. захисту, генетики і селекції рослин ОДАУ

**Цезарі Ткачук** професор, доктор наук, Департамент захисту рослин і селекції, Природничо-гуманітарний університет м. Съедельце, Польща

**Євстахію Тараско** доцент кафедри ґрунтознавства, рослинництва та харчових наук, Університет Барі "Альдо Моро", Італія

**Мірела Клаузі** доцент кафедри біологічних, геологічних та екологічних наук Університету Катанії, Італія.

**Калинка Кузьмова** доцент, Сільськогосподарський університет, Пловдив, Болгарія

**Георгій Ніколаєску** доктор наук, декан факультету плодоовочівництва і виноградарства Державного аграрного університету, Кишинів, Молдова.

**Боголюбов В.М.** професор, д.пед. наук, зав.кафедри загальної екології, радіобіології та БЖД. Факультет захисту рослин, біотехнологій та екології НУБіП України, м. Київ.

**Марковська О.О.** д.с-г.н., в.о. зав. каф. ботаніки та захисту рослин Херсонський державний аграрно- економічний університет, м. Херсон.

**Станкевич С.В.** к.с-г.н., доцент каф. зоології та ентомології ім. Літвіна Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва, м. Харків.

**Симочко В.В.** к. б. н., зав. каф. плодоовочівництва і виноградарства ДВНЗ «Ужгородський національний університет», м. Ужгород.

**Ткаченко Ф.П.** д.б.н., зав. каф. ботаніки Одеський національний університет ім. І.І. Мечнікова, м. Одеса.

**Ткачик С.О.** к.с.-г.н., заступник директора ,Український інститут експертизи сортів рослин, м. Київ.

**Ненартович О.В.** директор Одеського регіонального відділення компанії Сінгента, м. Одеса.

**Руденко І.В.** заст. директора ДУ «Одеська обласна фітосанітарна лабораторія» Держпродспоживслужби в Одеській обл., м. Одеса

**Афанасьєва О.Г.** к. с-г.н., зав. лабораторії фітопатології ІЗР, м. Київ

**Ткаленко Г.М.** д.с-г.н., зав. лабораторії мікробіометоду ІЗР, м. Київ

**Скрипник Н.В.** к.б.н., зав. лабораторії карантину рослин ІЗР, м. Київ

**Сергієнко В.Г.** к. с-г.н., с. н. с. лабораторії технології застосування пестицидів ІЗР, м. Київ

**Баранець Л.О.** к.с-г.н., пров. наук. співр. відділу фітопатології та захисту рослин НЦ ІВіВ ім. В.Є. Таїрова, м. Одеса

**Гавран І.І.** провідний фахівець «Органік Стандарт», м. Одеса

**УДК 632:**

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗАХИСТУ І КАРАНТИНУ РОСЛИН В УКРАЇНІ»:** збірник тез Міжнародної студентської наукової конференції, присвяченої 20-річчю відкриття спеціальності 202 «Захист і карантин рослин» в Одеському державному аграрному університеті (наукове електронне видання), 26-27 травня 2021 р. Одеса: ОДАУ, 2021. 140 с.

ISBN

Тези доповідей Міжнародної студентської наукової конференції, присвяченої 20-річчю відкриття спеціальності 202 «Захист і карантин рослин» в Одеському державному аграрному університеті

Опубліковані результати студентських наукових досліджень із захисту і карантину рослин, агрономії, садівництва та виноградарства, раціонального природокористування, землевпорядкування, агроінженерії та аграрної економіки.

Тези подані в авторській редакції. За науковий зміст і якість поданих матеріалів відповідають автори, а також наукові керівники. Усі авторські права належать авторам.

Відповідальний за випуск – Балан Г.О.

© Одеський державний аграрний університет, 2021

© Автори тез та матеріалів, 2021

предприятий.

4. Анализируя группу рисков С (по шкале 5 бал.) – по основным факторам происхождения можем сообщить что:

- подгруппа С.1. экономические риски получили 4.3 балла;
- подгруппа С.2. политические риски получили 4.1 балла.
- подгруппа С.3. технологические риски получили 4.2 балла.
- подгруппа С.4. экологические риски получили 4.2 балла.
- подгруппа С.5. законодательные риски получили 4.1 балла.
- подгруппа С.6. информационные риски получили 4.2 балла.
- подгруппа С.7. моральные риски получили 4.3 балла.

7. Анализируя группу рисков D. – по происхождению можем сообщить что:

- подгруппа D.1. ретроспективные риски получили 4.3 балла.
- подгруппа D.2. текущие риски получили 4.2 балла.
- подгруппа D.3. перспективные риски получили 4.1 балла.

8. Анализируя группу рисков E. - по учету рисков можем сообщить что:

- подгруппа E.1. внешние риски получили 4.2 балла.
- подгруппа E.2. внутренние риски получили 4.3 балла.

9. Анализируя группу рисков F. – по происхождению на базе экономической деятельности можем сообщить что:

- подгруппа F.1. производственные риски получили 4.3 балла.
- подгруппа F.2. финансовые риски получили 4.1 балла.
- подгруппа F.3. коммерческие риски получили 4.2 балла.
- подгруппа F.4. риски посредничества получили 4.2 балла.

10. Анализируя группу рисков G. – другие виды рисков, можем сообщить что:

- подгруппа G.1. другие виды рисков получили 4.1 балла.

11. Анализируя группу рисков H. Подготовка специалистов, можем сообщить что:

- подгруппа H.1. риски Подготовка специалистов получили 4.3 балла.

## **БРЕНД - ТЕХНОЛОГІЇ В АГРАРНІЙ СФЕРІ – ВИМОГА СУЧАСНОСТІ**

Грекова Т.М. здобувач ОС «бакалавр»  
Спеціальність 073 «Менеджмент»  
Науковий керівник: Дідур Г.І., к.е.н.,  
доцент кафедри менеджменту  
Інженерно-економічний факультет  
Одеський державний аграрний університет

*Розглядаються поняття бренду та бренд-технологій та особливості їх використання в аграрній сфері.*

**Ключові слова:** *бренд, брендинг, бренд-технології.*

**Постановка проблеми:** Ускладнення умов економічного відтворення та загострення конкуренції на внутрішньому ринку сільськогосподарської продукції, а також перспективи, що відкриваються у зв'язку з приєднанням України до світового економічного простору, спонукають підприємства галузі до створення і використання оригінальних засобів індивідуалізації, як власне суб'єкта господарювання, так і продукції, яка ним виробляється. Одним із найбільш ефективних засобів продуктової диференціації є брендинг. Впровадження брендингу, як сучасної маркетингової технології нині є однією з ключових умов розвитку аграрної сфери. Необхідність розробки методології і технології брендингу з метою формування лояльності споживачів сільськогосподарської продукції та забезпечення капіталізації брендів, як нематеріальних активів аграрних підприємств, підкреслює важливість обраної теми.

Існує велика кількість визначень бренду, але немає єдиної думки відносно даної дефініції. Так, на думку Американської асоціації маркетингу, бренд - це «ім'я, термін, знак, символ, дизайн або їх комбінація, призначений для ідентифікації товарів і послуг одного продавця або групи продавців і їх диференціації від конкурентів» [1]. За думкою визнаного авторитету з брендингу К. Келлера, бренд - це «набір унікальних і позитивних асоціацій, що виникає у свідомості споживачів, які додають прийнятну цінність товару чи послугі» [2].

Розвиток теоретичних основ бренду привело до виникнення в теорії маркетингу нових підходів до вивчення сутності, формування, структури бренду і взаємопов'язаних з ним понять: бренд-менеджмент, бренд-капітал, бренд-білдінг і т.д. Це було викликано наступними причинами:

- бренд, як і багато інших маркетингових понять, виник спочатку в зарубіжній, а потім вже і у вітчизняній практиці ринкової діяльності. Тому його теоретичні основи представлені в основному перекладом англомовних понять;

- появу безлічі понять, пов'язаних з брендом, показує, що його основи не є завершеними. Теоретичні уявлення бренду розвиваються одночасно з теорією маркетингу;

- кожен з теоретичних підходів до вивчення бренду розкриває тільки окремий його аспект. Бренд є складним маркетинговим поняттям. Тому і виникають різні підходи до його вивчення [3].

Складно уявити сферу, в якій в даний час не існує брендів. Залежно від характеру пропонованих продуктів (товар або послуга) і виду ринку (споживчий або корпоративний), ми виділяємо чотири області застосування брендів - ринку: корпоративних товарів, корпоративних послуг, споживчих товарів і споживчих послуг.

З метою підвищення ефективності підходів до формування конкурентоспроможного бренду в аграрній сфері пропонуємо використовувати наступну технологію управління:

1. Стратегічний аналіз бренду. Етап включає аналіз клієнтів, брендів конкурентів, бренду компанії, а також визначення внутрішніх і зовнішніх інноваційних можливостей.

2. Розробка стратегії бренду. Даний етап включає постановку цілей, завдань, розробку ідентичності та обіцянки бренду, визначення форми інновації, а також розробку ключових показників ефективності.

3. Розробка плану брендингу та інновацій і його реалізація. Розробка маркетинг-мікс бренду, забезпечення залучення персоналу, розробка нових переваг для клієнта, а також способів їх надання. На даному етапі необхідно забезпечити залучення персоналу у створення сильного бренду.

4. Контроль і оцінка. Моніторинг і контроль діяльності по управлінню брендом. Оцінка результатів управління за допомогою розроблених ключових показників ефективності брендингу.

Бренд став надзвичайно важливим нематеріальним активом підприємств, який символізує, асоціюється у споживачів зі стабільністю, довірою, певним спектром очікувань. Бренд це наполеглива багаторічна праця. Він не тільки допомагає виробникам інформувати споживачів про основоположні цінності своїх товарів і послуг, але і надає бізнесу стійкість за рахунок підтримки лояльно налаштованих клієнтів.

**Висновки:** Таким чином, брендинг, будучи найважливішою частиною процесу формування стратегії розвитку не тільки на мікроекономічному рівні, а й на рівні регіону і країни в цілому, являє собою діяльність щодо формування і розвитку бренду. Технологізація брендингу дозволяє підвищити ефективність управління взаємовідносинами з різними цільовими аудиторіями, підтримувати виконання цілей соціально-економічного розвитку і відображати всі елементи унікальної ідентичності об'єкта управління. Використання в системі управління господарюючого суб'єкта брендингу як маркетингової технології буде сприяти як його розвитку, так і підвищенню якості і рівня життя, добробуту людей.

#### **Список літератури:**

1. Официальный сайт Американской ассоциации маркетинга. URL: [http://www.marketingpower.com/\\_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=B](http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=B). (Дата звернення 14.04.2021).

2. Келлер К.Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. Москва, 2005.

3. Мамлеева Л.А., Перция В.М. Анатомия бренда. Москва: Вершина, 2007. 288 с.

**УДК 631.15:658.5**

## **НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В РОСЛИННИЦТВІ**

**Коханська О.С.,** здобувач ОС «Магістр»,

спеціальність 073 «Менеджмент»

**Лі Вей.,** здобувач ОС «Магістр»,

спеціальність 073 «Менеджмент»  
Науковий керівник: Дідур Г.І., к.е.н.,  
доцент кафедри менеджменту  
Інженерно-економічний факультет  
Одеський державний аграрний університет

*Здійснюється обґрунтування використання Excel для оперативного планування в рослинництві.*

**Ключові слова:** витрати, собівартість, оперативне планування, Excel

**Постановка проблеми:** В умовах економічної і юридичної самостійності суб'єктів господарювання виникає необхідність постійного порівняння доходів та витратами з тим, щоб виявити напрямки підвищення ефективності виробництва. У зв'язку з цим оперативне планування виробництва продукції повинно здійснюватися на високому науковому рівні.

**Метою дослідження** є обґрунтування використання сучасних інструментів оперативного управління в аграрній сфері.

Для підвищення обґрунтованості планованих витрат окремі господарства розробляють технологічні карти по кожній оброблюваній культурі і тваринницькій фермі. Але це дуже трудомісткий процес, так як, наприклад, при вирощуванні озимої пшениці виконується не менше 50 технологічних операцій, і по кожній з них визначаються витрати. В кінцевому підсумку розробка плану зтягується до другого кварталу планованого року, що суперечить цілям і логіці оперативного планування, а крім того, економісти в такій ситуації змушені менше приділяти уваги іншим аспектам економічної роботи, що негативно відбивається на ефективності виробництва. У зв'язку з цим планування собівартості продукції сільського господарства доцільно здійснювати з використанням розроблених нормативів, що дозволить істотно скоротити трудомісткість планової роботи та підвищити її якість.

При наявності таких нормативів та використання ресурсу EXCEL оперативне планування витрат істотно полегшується. З цією метою норматив постійних витрат на 1 га множиться на плановану площу посіву і отриманий результат складається з добутком нормативу змінних витрат на одиницю продукції на її валовий збір.

При плануванні собівартості продукції сільського господарства виникають великі труднощі у визначенні витрат на засоби захисту рослин і тварин. Їх можна визначити тільки на основі допоміжного розрахунку, в якому по кожній культурі і виду тварин повинні бути визначені види і дози використовуваних хімікатів, потреба в них і вартість.

За допомогою побудови технологічної карти вирощування пшениці озимої з використанням комп'ютерного ресурсу Excel і внесення актуального розміру витрат, є можливість визначення альтернативних варіантів результативності виробничої діяльності у залежності від урожайності і ціни реалізації продукції.

При такому рівні матеріальних витрат та ціні реалізації, що склалося на

ринку ми отримуємо наступні показники економічної ефективності виробництва озимої пшениці при різних варіантах рівня урожайності (Таблиця 1).

Таблиця 1

**Економічна ефективність вирощування пшениці озимої**

Показники	I	II	III	IV	V
Урожайність, ц на 1 га	50	47	45	40	30
Ціна реалізації, грн. на 1 ц	526	526	526	526	526
Чистий дохід (виручка), грн.	26300	24722	23670	21040	15780
Виробничі витрати, грн. на 1 га	10812	10812	10812	10812	10812
Прибуток, грн./га	15488	13910	12858	10228	4968
Рентабельність, %	143	129	119	95	46

*Джерело: Розраховано авторами*

**Висновки:** З отриманих розрахунків видно. Що при досягненні урожайності озимої пшениці 50 ц/га господарство досягне рівня рентабельності -143 %.

Враховуючі різкі коливання рівня ціни на матеріальні ресурси та ціну реалізації використовуючи запропоновану методику можна легко корегувати планові показники виробництва. Крім цього, можна швидко визначати доцільність вибору тієї чи іншої альтернативи ціни закупки матеріальних ресурсів та кількості їх використання.

Запропоновані інструменти з удосконалення оперативного управління виробництвом дозволять оптимізувати та раціоналізувати діяльність управлінських працівників, що в кінцевому підсумку сприятиме підвищенню ефективності виробництва в аграрній сфері.

**УДК 5995**

**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ**

**Волокітіна Ганна** здобувач вищої освіти

спеціальність 073 «Менеджмент»

Науковий керівник – Найда І.С., к.е.н.,

доцент кафедри менеджменту

Інженерно- економічний факультет ОДАУ

Одеський державний аграрний університет

*У роботі розкрито поняття, сучасний стан та проблеми розвитку органічного виробництва в Україні. Наведено динаміку щодо розвитку органічного виробництва в Україні. Визначено пріоритетні напрями щодо розвитку даної галузі господарства вітчизняними підприємствами.*

**Ключові слова:** органічне виробництво, органічна продукція, підприємства, сертифікація, економіка.



	Трикуліч Олександр	
43	ЕКОЛОГО-БІОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЕСНЯНОГО МАКРОФІТОБЕНТОСУ МОРСЬКОГО УЗБЕРЕЖЖЯ КІНБУРНСЬКОЇ КОСИ (НПП «БІЛОБЕРЕЖЖЯ СВЯТОСЛАВА») Касьянов Євген	113
44	ВЕСНЯНА АЛЬГОФЛОРА МАКРОФІТІВ ПОНИЗЗЯ БЕРЕЗАНСЬКОГО ЛИМАНУ І ПРИЛЕГЛОГО УЗМОР'Я Артеменко Анастасія	114
45	РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ОЧИСТКИ І РЕГЕНЕРАЦІЇ ВІДПРАЦЬОВАНОЇ ОЛИВИ Печерський В.М., Коренюк О.Р.	115
	<b>Секція 4. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА ТА ЗАХИСТУ РОСЛИН</b>	118
46	ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ВИНОГРАДОВИНОДЕЛЬЧЕСКОГО СЕКТОРА МОЛДОВИ Референт: НИКОЛАЕСКУ Ана Мария	118
47	<b>БРЕНД - ТЕХНОЛОГІЇ В АГРАРНІЙ СФЕРІ – ВИМОГА СУЧАСНОСТІ</b> Грекова Т.М.,	<b>120</b>
48	<b>НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В РОСЛИННИЦТВІ</b> Коханська О.С., Лі Вей.	122
49	СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ Волокітіна Ганна	123
50	АКТИВІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА Драбинський В.В.	127
51	ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ Домінгес Віктор	130
52	ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ : ЕКОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ. Домбровська Я.А.	134

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



# «АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ НАУКИ І ОСВІТИ»

Збірник матеріалів  
І Міжнародної науково-практичної  
конференції НПП та молодих науковців



Одеса, 13-14 квітня 2021 р.

Тези доповідей **I Міжнародної науково-практичної конференції НПП та молодих науковців «Актуальні аспекти розвитку науки і освіти».**

Опубліковані результати наукових досліджень з ветеринарних, сільськогосподарських, технічних та економічних наук.

**Організаційний комітет**

**Голова комітету**

ректор ОДАУ, д-р. вет. н., професор **Брошков М.М.**

**Заступник голови комітету –**

проректор з НР та МЗ ОДАУ, д-р. вет. н. **Данчук О.В.**

**Члени оргкомітету**

д-р географ. наук, професор **В.І. Михайлюк**; д-р екон. наук, професор **Г.М. Запша**; д-р екон. наук, професор **І.О. Крюкова**; д-р екон. наук, доцент **О.М. Галицький**; д-р вет. наук, професор **І.І. Панікар**; д-р вет. наук, професор **Л.О. Тарасенко**; д-р с.-г. наук, професор **Р.Л. Сусол**; д-р с.-г. наук, професор **О.П. Решетніченко**; канд. екон. наук, доцент **О.С. Малащук**; канд. географ. наук, **І.В. Леонідова**; канд. техн. наук, професор **А.М. Яковенко**; канд с.-г. наук, доцент **Г.О. Балан**; канд с.-г. наук, доцент **С.О. Петренко**; канд вет. наук, доцент **А.О. Гердева**; канд біол. наук, доцент **В.О. Найда**; канд вет. наук, доцент **Ж.Б. Коренєва**; канд вет. наук, доцент **С.І. Улизько**; канд вет. наук, доцент **К.О. Родіонова**; канд с.-г. наук, доцент **І.Ф. Різничук**; канд. біол. наук, доцент **О.О. Крайнов**; канд. біол. наук, доцент **О.О. Ожован**; к. вет. н., доцент **Гуніч В.В.**

Тези подані в авторській редакції. Усі авторські права належать авторам.  
Відповідальний за випуск – О.В. Данчук

протягом досліджуваного періоду). Зазначена тенденція свідчить про неефективність управління розвитком фінансової діяльності, що призводить до негативного процесу формування структури капіталу досліджуваного аграрного підприємства. Негативні зміни характеризують й фінансову стабільність ДП «ДГ «ЮЖНИЙ» СГІ-НЦНС» (з 0,99 у 2015 році до 0,1 у 2020 році), що свідчить про загострення питання настання фінансових ризиків. Єдино можливий варіант для таких підприємств - самофінансування діяльності за рахунок прибутку, а фінансова стратегія – зростання рівня рентабельності основної діяльності.

**Висновки.** В управлінні розвитком фінансової діяльності малих підприємств аграрного сектора пріоритетна роль має відводитись управлінню формуванням власного капіталу та плануванню прибутку і його розподілу. Поряд з плануванням прибутку як внутрішнього джерела збільшення власного капіталу та основи розвитку фінансової діяльності необхідно в рамках стратегічного фінансового управління приділити увагу формуванню амортизаційної політики, розробці ефективних цінових стратегій та управлінню витратами. У контексті зазначеного подальші дослідження будуть спрямовані на пошук шляхів підвищення ефективності управління розвитком фінансової діяльності на основі поєднання стратегії диференціації діяльності та зменшення витрат.

#### Література:

1. Халатур С.М., Кубасова Є.М. Особливості фінансової діяльності підприємств сільськогосподарської галузі. Економіка та держава № 8. 2017. С. 53-56.

УДК: 339.94:338.984

### ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ: СУТНІСТЬ, СКЛАДОВІ

**Бевзюк А.І.**

*здобувач освітнього ступеня «Магістр»  
за спеціальністю 073 «Менеджмент»  
Одеський державний аграрний університет  
м. Одеса, Україна*

**Анотація.** Розглядається сутність, принципи та складові організаційно-економічного механізму управління розвитком персоналу.

**Ключові слова:** організаційно-економічний механізм управління розвитком персоналу, елементи, принципи.

**Постановка проблеми.** Реалізація цілей виробничої діяльності залежить від здатності персоналу реалізовувати цілі підприємства при належному матеріально-технічному, інформаційному та організаційному забезпеченні процесу праці. Організаційно-економічний механізм управління розвитком персоналу відіграє важливу роль у забезпеченні раціональної господарської діяльності підприємства, забезпеченні потреб споживачів у якісних товарах та послугах. Завдяки злагодженому функціонуванню організаційно-економічного механізму підприємству вдається досягти цілей у ринковому середовищі та надати власникам бажаний ефект. Тому, складові організаційно-економічний механізму управління розвитком персоналу сучасних підприємств потребують визначення і ретельного дослідження.

**Виклад основного матеріалу.** Бондар В.Ю. визначає організаційно-економічний механізм «як систему взаємопов'язаних елементів, важелів та методів управління всередині підприємства, що функціонують для досягнення його конкурентних переваг найефективнішим способом» [1].

За дослідженнями Цуркан С.М. «організаційно-економічний механізм використання персоналу є системою взаємопов'язаних принципів, чинників, відповідних складових, які пов'язані з використанням персоналу підприємства та ґрунтуються на результатах комплексної кількісної оцінки рівня використання персоналу, на відповідних методах

### Література:

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21.12.2017 № 2258-VIII. URL: [https://kodeksy.com.ua/pro\\_audit\\_finansovoi\\_zvitnosti\\_t\\_a\\_auditors\\_ku\\_diyal\\_nist.htm](https://kodeksy.com.ua/pro_audit_finansovoi_zvitnosti_t_a_auditors_ku_diyal_nist.htm) (дата звернення: 29.03.2021).
2. Дяченко О.П., Ройченко А.О. Методичні аспекти проведення аудиту витрат виробництва. *Аграрний вісник Причорномор'я: Економічні науки*. Одеса: ТОВ «ВМВ» 2017. Вип. 86. С. 54-64.
3. П'ятигорець Г.С., Копцюх О.С. Особливості проведення аудиту на сільськогосподарських підприємствах. *Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту»*. 2017. №14. С. 52–57.

УДК 65.012.32

## ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Дідур Г.І.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту  
Одеський державний аграрний університет  
м. Одеса, Україна*

**Коханська О.С.**

*здобувач освітнього ступеня «Магістр»  
за спеціальністю 073 «Менеджмент»  
Одеський державний аграрний університет  
м. Одеса, Україна*

**Анотація.** Розглядається сутність, структура бізнес-процесів та особливості стратегічного управління ними в аграрних підприємствах.

**Ключові слова:** бізнес-процес, аграрна сфера, управління

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах удосконалення управління бізнес-процесами є одним з основних інструментів підвищення ефективності підприємницької діяльності. Це обумовлено в першу чергу посиленням конкуренції з боку зарубіжних товаровиробників, а також високою динамічністю розвитку підприємницького середовища. Тому перед керівниками сільськогосподарських підприємств стоїть важливе завдання - формування механізму удосконалення бізнес-процесів, що дозволить в умовах невизначеності адаптувати систему управління до змін у зовнішньому середовищі, та забезпечить високу їх ефективність і конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

**Виклад основного матеріалу.** «Раціональне управління бізнес-процесами дають змогу реалізовувати встановлені стратегічні цілі, що підвищить економічну ефективність виробництва та конкурентоспроможність продукції» [1,с.69].

«Бізнес-процеси – це послідовність взаємопов'язаних дій, сформованих подіями та рішеннями, задля задоволення певної потреби споживача. Будь-який бізнес-процес завжди спрямований на результат або «вихід». Кожний бізнес-процес має свого користувача чи то споживача, відповідно він може бути зовнішнім або внутрішнім» [2,с. 295].

З точки зору системного підходу бізнес-процес складається із сукупності елементів. Будь-який бізнес-процес має керівника, відповідального за його виконання, а також такі елементи як вхід, вихід, процесор (рис. 1).

На нашу думку, під бізнес-процесом сільськогосподарського підприємства, слід розуміти сукупність послідовних технологічно-взаємопов'язаних операцій, що використовуючи на вході ресурси різної природи, склад, яких зумовлений специфікою

2. Ковтун О.І. Стратегія підприємства : [навч. посіб.] / О.І. Ковтун. – К. : Ліра-К, 2014. – 680 с.
3. Пекна Г.Б. Вибір вектора регіонального інтеграційного розвитку України з позиції забезпечення економічної безпеки. *Вчені записки Ун-ту економіки та права «КРОК»*. 2011. Вип. 25. С. 100–108.
4. Судакова О.І., Герасимова О.Л., Гуркова К.А., Гаврилюк А.Р. Управління стійкістю роботи підприємства для забезпечення економічної безпеки його розвитку. *Економічний простір*. 2012. № 112. С. 168–176.

**УДК 378.112:005.336.1**

## **КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

**Павленко-Дідур К.С.**

*здобувач освітнього ступеня «доктор філософії»  
Одеський державний аграрний університет  
м. Одеса, Україна*

**Ганган Ю.В.**

*здобувач освітнього ступеня «Магістр»  
Одеський державний аграрний університет  
м. Одеса, Україна*

**Анотація.** Розглядається еволюція концепцій маркетингу та їх роль в управлінні розвитком підприємства. Визначено особливості сучасної концепції соціально-етичного маркетингу.

**Ключові слова:** концепція маркетингу, управління маркетингом, концепція соціально-етичного маркетингу, маркетингові дослідження.

**Постановка проблеми.** Аналіз проблем теорії і практики формування ефективної системи управління підприємством на сучасному етапі дозволив зробити висновок про те, що ринковий успіх підприємства багато в чому пов'язаний з ефективним використанням методів і елементів управління сучасного маркетингу, який є найбільш раціональним засобом рішення ринкових проблем функціонування підприємства, створюючи конкурентну перевагу, сприяючи випуску продукції, яка володіє сукупністю якісних і вартісних характеристик для задоволення споживачів.

**Виклад основного матеріалу.** Концепція маркетингу - система основних поглядів, положень та інструментарію діяльності компанії, які дозволяють краще задовольняти потреби кінцевого споживача і, тим самим, оптимально і швидко досягати мети компанії.

Як зазначає Курбацька М.Л. «Маркетингове управління підприємством – це можливість організувати його діяльність на принципах оптимального використання наявного потенціалу та отримання найбільшого прибутку з урахуванням задоволення потреб споживачів. Аналіз можливостей підприємства дає змогу отримати достовірну інформацію щодо стану активів і пасивів виробництва, здійснювати аналіз зовнішнього маркетингового середовища» [1].

«Сучасна концепція управління маркетингом – це орієнтація менеджменту на розуміння того, що головним завданням підприємства є точне і ефективно, порівняно з конкурентами, визначення і задоволення потреб і побажань цільових ринків. Здійснюється становлення маркетингу як філософії бізнесу» [2, с. 207].

Головною перевагою концепції маркетингового управління для забезпечення сталого розвитку підприємства є те, що вона визначає кінцевим етапом не саме виробництво, а

<b>Бельдій М.Г., Пожарицький О.П.</b> <i>ОЗОКЕРИТ ЯК ФЛОТАЦІЙНИЙ ЗБИРАЧ КАТІОНІВ <math>CU^{2+}</math></i>	<b>359</b>
<b>Сидорова І.М.</b> <i>ПОРІВНЯННЯ ГЕНОТИПІВ ПШЕНИЦІ ОЗИМОЇ ЗА ЕЛЕМЕНТАМИ ПРОДУКТИВНОСТІ</i>	<b>361</b>
<b>Секція. ЕКОНОМІКА. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ. МЕНЕДЖМЕНТ</b>	<b>363</b>
<b>Барбінягра О. М.</b> <i>ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МАЛИХ СУБ'ЄКТАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА</i>	<b>363</b>
<b>Бевзюк А.І.</b> <i>ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ: СУТНІСТЬ, СКЛАДОВІ</i>	<b>365</b>
<b>Братінова М.Г.</b> <i>СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ</i>	<b>367</b>
<b>Бугаєвська Т.С.</b> <i>СУЧАСНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ТА ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА</i>	<b>370</b>
<b>Бужора Анастасія</b> <i>ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ</i>	<b>372</b>
<b>Варгатюк М.О.</b> <i>ІНСТИТУЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ</i>	<b>375</b>
<b>Волчанова Х.М.</b> <i>ЗНАЧЕННЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ У ФОРМУВАННІ ДЕРЖБЮДЖЕТУ УКРАЇНИ.</i>	<b>378</b>
<b>Гаврилюк В.О., Петренко О.П.</b> <i>СОЦІАЛЬНО - ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ</i>	<b>380</b>
<b>Галицький О.М., Байтаз К.А.</b> <i>ЗНАЧЕННЯ ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА ТА ПРОБЛЕМИ ЇЇ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ</i>	<b>383</b>
<b>Гаряга Л.О.</b> <i>ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ</i>	<b>385</b>
<b>Грекова Т.М.</b>	<b>387</b>

*ОБҐРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА*

- Гурінович Є. М., Згадова Н. С.** 390  
*СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК РИНКУ ПОСЛУГ  
ЩОДО ЗАХИСТУ ПІДПРИЄМСТВА*
- Дерменжи А. В.** 392  
*ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІГРОВОГО МОДЕЛЮВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ  
ПЕРСОНАЛОМ*
- Дирля Т. Ю.** 394  
*ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ  
ВИТРАТ СІЛЬСЬКОГО СПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ*
- Дідур Г. І., Коханська О. С.** 396  
*ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ  
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ*
- Добрянська Н. А., Пульча Д. О., Добрянський Р. А.** 398  
*МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В  
УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ*
- Додурич А. В.** 400  
*ОСОБЛИВОСТІ В УПРАВЛІННІ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВАРИСТВА*
- Дяченко О. П.** 403  
*ПОДАТКОВА АМНІСТІЯ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ*
- Євтушок О. В.** 406  
*ПЕРСПЕКТИВИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ  
АДМІНІСТРАЦІЇ*
- Занберова С. С.** 409  
*МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ  
ПІДПРИЄМСТВА*
- Запіша Г. М., Седов В. А.** 411  
*НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ ВИЩОЇ  
КВАЛІФІКАЦІЇ ДЛЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ*
- Зюзіна А. Ю.** 413  
*СУЧАСНИЙ СТАН ФІНАНСОВИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ*
- Казанджі А. В., Єксар М. М.** 415  
*РЕКЛАМА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ*
- Кисса А. Б., Неустроєв Ю. Г.** 417  
*ІНДИКАТОРИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА,  
РЕГІОНУ ТА ДЕРЖАВИ*



<b>Сахацький М. П., Негруца М. В., Вишневий М. Ю.</b> УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	457
<b>Новикова В.С, Згадова Н. С.</b> РИЗИКИ ТА ЗАГРОЗИ ПРОЦЕСІВ ВЗАЄМОДІЇ З КОНТРАГЕНТАМИ ПІДПРИЄМСТВА	459
<b>Павленко-Дідур К.С., Ганган Ю.В.</b> КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	461
<b>Петренко О.П., Поліщук В. С.</b> ІНДИКАТОРИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	463
<b>Сахацький М.М.</b> ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	465
<b>Соколова А.Г., Работін Ю. А.</b> СУЧАСНИЙ СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	467
<b>Соколовська Д.М., Кравченко Ю.І.</b> СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ ПІДПРИЄМСТВА	469
<b>Стоянова-Коваль С.С.</b> ПРОБЛЕМИ ТА НАСЛІДКИ ГЕЙМІФІКАЦІЇ ПРИ ВИКЛАДАННІ ОБЛІКОВИХ ДИСЦИПЛІН	471
<b>Тищенко О.О.</b> ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ФОРМУВАННЯ В СВК «РОДИНА» САРАТСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ	473
<b>Торішня Л.А.</b> ОСНОВНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ	475
<b>Шамота В.В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД	478
<b>Яковенко А.О.</b> ТІНЬОВІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В ПОДАТКОВОМУ СЕКТОРІ	481
<b>Ярош В</b> ВИБІР ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	484
<b>Mariia Kulyk</b> HOTEL REVENUE MANAGEMENT IN UKRAINE	486
<b>Chornomord Y</b> AN INDUSTRIAL ENTERPRISE'S COMPETITIVENESS AS AN INTEGRAL PART OF ITS SUCCESS	489

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**ЕКОНОМІКА, ОБЛІК, ФІНАНСИ, МЕНЕДЖМЕНТ  
І ПРАВО В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

**ECONOMICS, ACCOUNTING, FINANCE, MANAGEMENT  
AND LAW IN UKRAINE AND WORLD**

**Збірник тез доповідей  
Book of abstracts**



**4 грудня 2020 р.  
December 4, 2020**

**м. Полтава, Україна  
Poltava, Ukraine**





**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА  
КОНФЕРЕНЦІЯ  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL  
CONFERENCE**

**ЕКОНОМІКА, ОБЛІК, ФІНАНСИ,  
МЕНЕДЖМЕНТ І ПРАВО В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

**ECONOMICS, ACCOUNTING, FINANCE,  
MANAGEMENT AND LAW IN UKRAINE  
AND WORLD**

**Збірник тез доповідей  
Book of abstracts**

**4 грудня 2020 р.  
December 4, 2020**

**м. Полтава, Україна  
Poltava, Ukraine**



УДК 33  
ББК 65

**Економіка, облік, фінанси, менеджмент і право в Україні та світі:** збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 4 грудня 2020 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2020. 345 с.

У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка, облік, фінанси, менеджмент і право в Україні та світі» з:

Академія Державної пенітенціарної служби  
Вінницький національний аграрний університет  
Вінницький технічний коледж  
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ  
Волинський національний університет імені Лесі Українки  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»  
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»  
Державний університет інфраструктури та технологій  
Державний університет телекомунікацій  
Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара  
Дніпровського державного технічного університету  
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ  
Донбаська державна машинобудівна академія  
Донецький державний університет управління  
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського  
Донецький національний університет імені Василя Стуса  
Запорізький національний університет  
Західноукраїнський національний університет  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
Інститут економіки промисловості НАН України  
Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України  
Київський національний торговельно-економічний університет  
Київський університет імені Бориса Грінченка  
Криворізький національний університет  
Львівський національний університет ім. Івана Франка  
Львівського державного університету внутрішніх справ  
Миколаївський національний аграрний університет  
Науково-дослідний інститут вивчення проблем злочинності імені академіка В.В. Сташиса  
Національної академії правових наук України  
Національний авіаційний університет  
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»  
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»  
Національний транспортний університет  
Національний університет «Львівська політехніка»  
Національний університет «Одеська юридична академія»  
Національний університет «Чернігівська політехніка»  
Національний університет харчових технологій  
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого  
Національний університет кораблебудування імені адмірала С. О. Макарова  
НТУ «Дніпровська політехніка»  
НУ «Запорізька політехніка»  
Одеський державний аграрний університет

**Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції  
«Економіка, облік, фінанси, менеджмент і право в Україні та світі»**

---

Одеський національний економічний університет  
Одеський національний морський університет  
Одеський національний політехнічний університет  
Одеського інституту ПрАТ «ВНЗ МАУП»  
Поліський національний університет  
Полтавський юридичний інститут НЮУ ім. Ярослава Мудрого  
Рівненський державний гуманітарний університет  
Сумський державний університет  
Сумський національний аграрний університет  
Університет державної фіскальної служби України  
Університет митної справи та фінансів  
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова  
Харківський національний аграрний університет ім. В. В. Докучаєва  
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
Херсонський національний технічний університет  
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова  
Черкаський державний бізнес-коледж

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань економіки, фінансів, обліку та права.

Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: економічної теорії та історії економічної думки; світового господарства і міжнародних економічних відносин; економіки та управління національною економікою; економіки та управління підприємствами; національної безпеки та оборони в умовах кризових явищ; економіки сільського господарства і АПК; екологічної економіки і сталого розвитку; енергоефективності економіки; економіки торгівлі та послуг; економіки промисловості; підприємництва, торгівлі та біржової діяльності; розвитку продуктивних сил і регіональної економіки; інновацій та інвестиційної діяльності; демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики; туризму та готельно-ресторанної справи; бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту; фінансів, банківської справи, страхування; маркетингу; менеджменту; публічного управління та адміністрування; історії та теорії держави та права, філософії права; конституційного права, муніципального права, міжнародного публічного права; цивільного права та процесу, сімейного права, житлового права, міжнародного приватного права; трудового права та права соціального забезпечення; екологічного, земельного та аграрного права; адміністративного права та процесу, фінансового права, інформаційного права; кримінального права, кримінально-виконавчого права, кримінології, кримінального процесу, криміналістики; міжнародного публічного права та міжнародного приватного права.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб'єктів підприємницької діяльності.

<b>Цуркан Т. В.</b> ДЖЕРЕЛА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА МЕХАНІЗМИ ЇХ ЗАЛУЧЕННЯ .....	212
<b>Цивак В. В., Абдуллаєва А. Є.</b> УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ.....	214
<b>Ширяєва Л. В., Воловей К. В.</b> РОЛЬ МІСЦЕВИХ ФІНАНСІВ В СИСТЕМІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	216
<b>Якименко К. А.</b> НОРМАТИВИ ЛІКВІДНОСТІ НБУ ТА АНАЛІЗ ЇХ ДОТРИМАННЯ ПАТ «БАНК ВОСТОК» .....	217
<b>СЕКЦІЯ 18. МАРКЕТИНГ</b> <b>SECTION 18. MARKETING</b> .....	220
<b>Верба В. В.</b> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОСЛУГ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ .....	220
<b>Воскресенська О. Є., Чудновцева А. П.</b> ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ В БІЗНЕС- АДМІНІСТРУВАННІ.....	222
<b>Криворучко М. Ю., Лагодзя А. А.</b> ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ .....	224
<b>Калюжко О. І.</b> КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ МІСТА ЧЕРКАСИ.....	226
<b>СЕКЦІЯ 19. МЕНЕДЖМЕНТ</b> <b>SECTION 19. MANAGEMENT</b> .....	228
<b>Дідур Г. І., Крижановський В. В.</b> ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ: СУТНІСТЬ, СКЛАДОВІ .....	228
<b>Кобченко А. А.</b> СТРАТЕГІЇ ВСТУПНИХ КАМПАНІЙ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ .....	229
<b>Морєва М. Ю.</b> РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	231

УДК 331.108

Дідур Г. І.

канд. екон. наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту,  
Одеський державний аграрний університет,  
**Крижановський В. В.**  
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 073 «Менеджмент»,  
Одеський державний аграрний університет

### ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ: СУТНІСТЬ, СКЛАДОВІ

Радикальні зміни зовнішнього середовища, зростання вимог системи управління підприємствами до якості персоналу, зумовлюють необхідність удосконалення організаційних механізмів професійного розвитку персоналу організацій з метою постійного підтримання високого рівня кваліфікації працівників.

Ефективність використання засобів виробництва досягається в першу чергу за рахунок раціонального використання трудового потенціалу організації. Тому, є важливим дослідження проблем професійного розвитку персоналу організацій.

Професійний розвиток персоналу визначимо, як процес планоїрної і безперервної зміни якісних характеристик персоналу з метою досягнення рівня, необхідного для вирішення не тільки нагальних, а й майбутніх стратегічних завдань організації. При цьому під управлінням професійним розвитком персоналу організації ми розуміємо певним чином організований, структурований процес цілеспрямованого впливу на процес професійного розвитку персоналу організації з боку суб'єкту управління.

Останніми роками основна увага дослідників приділяється вивченню питань окремих елементів професійного розвитку персоналу: наприклад, підготовці кадрів, удосконалення процесу навчання і підвищення кваліфікації. При цьому відсутній комплексний системний підхід до системи професійного розвитку персоналу як найважливішої складової системи управління організацією.

Так, Волобуєв М.І. і Дідусь О.М. до системи розвитку персоналу відносять лише навчання та професійне просування з підвищенням їх кваліфікації [1, с.78].

Ткаченко А. М., Марченко К. А. зазначають, що «розвиток персоналу – це не тільки організація навчання та підвищення кваліфікації, але і цілеспрямоване планування руху співробітників» [2, с.194].

Такої ж думки дотримуються Семенова Л.Ю. і Заболотня А.В.: «Розвиток персоналу – це система навчання, організаційного розвитку та професійного зростання персоналу, функціонування якої спрямовано на вирішення поточних і стратегічних завдань організації завдяки забезпеченню більшої індивідуальної та організаційної ефективності» [3, с.1042].

Більш широке визначення процесу розвитку персоналу надають Сазонова Т.О. і Осташова В. О.: «розвиток персоналу – системний процес удосконалення знань, умінь та навичок працівників підприємства, що реалізується через сукупність організаційно-економічних заходів, які передбачають адаптацію, професійне навчання, планування та оцінювання трудової кар'єри персоналу, ґрунтується на плановій, але гнучкій кадровій політиці організації та на самоосвіті і самоменеджменті персоналу» [4, с. 236].

На нашу думку, управління професійним розвитком персоналу в системі менеджменту організації повинно об'єднувати сукупність наступних основних елементів: цілі, завдання, стратегія і політика організації в області професійного розвитку персоналу, принципи,

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА «НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР ВИЩОЇ  
ТА ФАХОВОЇ ПЕРЕД ВИЩОЇ ОСВІТИ»  
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



**СНАУ**  
Університет,  
що вивчає життя

# МАТЕРІАЛИ

**XXII** зльоту студентських лідерів аграрної освіти  
(20 – 21 травня 2021 р.)

СУМИ – 2021



### **Редакційна колегія:**

ЛАДИКА В.І., д.с.-г.н., проф., Академік НААН, ректор Сумського національного аграрного університету;  
ЩЕНКО Т.Д., директор державна установа "Науково-методичний центр вищої та фахової передвищої освіти";  
ДАНЬКО Ю.І., д.е.н., проф., проректор з наукової роботи Сумського національного аграрного університету;  
ЖМАЙЛОВ В.М., к.е.н., проф., проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи Сумського національного аграрного університету;  
КОВАЛЕНКО І.М., д.б.н., проф., декан факультету агротехнологій та природокористування Сумського національного аграрного університету;  
ДОВЖИК М.Я., к.т.н., доцент декан інженерно-технологічного факультету Сумського національного аграрного університету;  
СТРОЧЕНКО Н.І., к.е.н., доцент, декан факультету економіки і менеджменту Сумського національного аграрного університету;  
НЕЧИПОРЕНКО О.Л., д.в.н., доцент, декан факультету ветеринарної медицини Сумського національного аграрного університету;  
ПАСЬКО О.В., к.е.н., доцент, завідувач науково-дослідної частини Сумського національного аграрного університету;  
КОЛОДНЕНКО Н.В., к.е.н., завідувач навчального відділу Сумського національного аграрного університету;

**М 34 Матеріали ХХІІ-го зльоту студентських лідерів аграрної освіти (20-21 травня 2021 р.). – Суми, 2021. – 319 с.**

У збірку увійшли тези доповідей ХХІІ зльоту студентських лідерів аграрної освіти (20-21 травня 2021 р.)

Для викладачів, студентів, аспірантів інших навчальних закладів.

Відповідальність за точність наведених фактів, цитат та ін. покладається на авторів опублікованих матеріалів. Передрук матеріалів з дозволу редакції.

Друкується в авторській редакції.

## ВИКОРИСТАННЯ БРЕНД - ТЕХНОЛОГІЙ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Грекова Т.М., студентка  
Науковий керівник – Дідур Г.І., к.е.н., доцент  
Одеський державний аграрний університет  
e-mail: [grekovataniya.656@gmail.com](mailto:grekovataniya.656@gmail.com)

Ускладнення умов економічного відтворення та загострення конкуренції на внутрішньому ринку сільськогосподарської продукції, а також перспективи, що відкриваються у зв'язку з приєднанням України до світового економічного простору, спонукають підприємства галузі до створення і використання оригінальних засобів індивідуалізації як власне суб'єкта господарювання, так і продукції, яка ним виробляється. Одним із найбільш ефективних засобів продуктової диференціації є брендинг. Впровадження брендингу, як сучасної маркетингової технології нині є однією з ключових умов розвитку аграрної сфери. Необхідність розробки методології і технології брендингу з метою формування лояльності споживачів сільськогосподарської продукції та забезпечення капіталізації брендів, як нематеріальних активів аграрних підприємств, підкреслює важливість обраної теми.

Існує велика кількість визначень бренду, але немає єдиної думки відносно даної дефініції. Так, на думку Американської асоціації маркетингу, бренд - це «ім'я, термін, знак, символ, дизайн або їх комбінація, призначений для ідентифікації товарів і послуг одного продавця або групи продавців і їх диференціації від конкурентів» [1]. За думкою визнаного авторитету з брендингу К. Келлера, бренд - це «набір унікальних і позитивних асоціацій, що виникає у свідомості споживачів, які додають прийнятну цінність товару чи послугі» [2].

Розвиток теоретичних основ бренду привело до виникнення в теорії маркетингу нових підходів до вивчення сутності, формування, структури бренду і взаємопов'язаних з ним понять: бренд-менеджмент, бренд-капітал, бренд-білдінг і т.д. Це було викликано наступними причинами:

- бренд, як і багато інших маркетингових понять, виник спочатку в зарубіжній, а потім вже і у вітчизняній практиці ринкової діяльності. Тому його теоретичні основи представлені в основному перекладом англійських понять;

- появу безлічі понять, пов'язаних з брендом, показує, що його основи не є завершеними. Теоретичні уявлення бренду розвиваються одночасно з теорією маркетингу;

- кожен з теоретичних підходів до вивчення бренду розкриває тільки окремий його аспект. Бренд є складним маркетинговим поняттям. Тому і виникають різні підходи до його вивчення [3].

Складно уявити сферу, в якій в даний час не існує брендів. Залежно від характеру пропонованих продуктів (товар або послуга) і виду ринку (споживчий або корпоративний), ми виділяємо чотири області застосування брендів - ринку: корпоративних товарів, корпоративних послуг, споживчих товарів і споживчих послуг.

Основу формування конкурентоспроможного бренду в організаціях аграрного сектору становлять, на наш погляд, такі принципи (табл. 1).

З метою підвищення ефективності підходів до формування конкурентоспроможного бренду в аграрній сфері пропонуємо використовувати наступну технологію управління:

1. Стратегічний аналіз бренду. Етап включає аналіз клієнтів, брендів конкурентів, бренду компанії, а також визначення внутрішніх і зовнішніх інноваційних можливостей.

## ВИМОГИ ДО СУЧАСНОГО ЛІДЕРА В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Дерменжи А.В., студентка 4 курсу  
Науковий керівник – Дідур Г.І., к.е.н., доцент  
Одеський державний університет  
e-mail: [Anastasiademenzi34@gmail.com](mailto:Anastasiademenzi34@gmail.com)

Бути лідером, бути першим - природне прагнення людини. Це бажання у неї в крові, і, як запевняють психологи, воно має свій глибинний сенс. Бути першим - означає бути лідером, кращим, виділитися серед інших. І саме з дитинства у людини формується бажання перемагати та бути першим.

Питання лідерства, його значущості для забезпечення успішності навчання й розвитку особистості досліджувалося фахівцями з різних позицій: менеджменту (М. Альберт, К. Аржирис, Р. Кричевський, М. Мескон, Ф. Хедоурі), філософії (Г. Атаманчук, І. Ломачинська, Р. Кричевський), політології (С. Денисюк, С. Кузнєцова, А. Лисюк, А. Пахарєв, М. Школяр), психології (В. Агєєв, Г. Андрєєва, Є. Аркін, О. Бодальов, Н. Жеребова, А. Лутошкін, Б. Паригін), педагогіки (Д. Алфімов, А.Макаренко, В. Сухомлинський, С. Шацький, Н. Семченко).

Водночас, у науковій літературі відсутнє цілісне дослідження, у якому б характеризувалися і співставлялись погляди різних наук на тлумачення поняття «лідерство» та «лідер», що й зумовило цей науковий пошук. Наведені дослідження трактування поняття «лідер» у різних галузях наук (таблиці 1) свідчать, що поняття «лідер» не має однозначності у визначеності.

Таблиця 1

### Визначення поняття «лідер»

Галузь науки	Визначення
У соціальної психології	Лідер (від англ. leader – ведучий) – це особистість, яка користується найбільшим авторитетом, впливом у будь-якому колективі [1, с.154];
У філософській літературі	Лідером визнається найбільш авторитетний член організації або соціальної групи [2]
Соціологія й економіка	Лідер - член групи, який користується великим авторитетом, впливом у будь-якому колективі, здатний очолити групу; людина, яка завдяки своїм особистим якостям має значний вплив на членів соціальної групи [3]
Політологія	Лідер - особа, яка очолює політичну партію або іншу суспільно-політичну організацію [4]

*Джерело: Побудовано автором*

Можливо, цим пояснюється багатоаспектність самого лідерства, наявність різних підходів до його аналізу, а також той ореол загадковості, який оточує сам феномен лідерства.

У сучасному світі дуже часто ототожнюють поняття лідер і керівник. Визначення «лідер» і «керівник» перегукуються за змістом із, відповідно, неформальним і формальним лідерством [5]. Керівник може бути лідером, однак лідер не обов'язково є формально визнаним керівником [6].

Визначимо такі відмінності між лідером і керівником:

1. Керівник назначається офіційно, а лідер висувається неофіційно.
2. Керівнику законом надані певні права і повноваження. Лідер не має системи встановлених законом санкцій, використовуючи яку він міг би впливати на інших людей.
3. Керівник представляє свою групу у зовнішній організації та розв'язує питання, пов'язані з її стосунками з іншими групами, а лідер обмежений у сфері своєї діяльності переважно межами внутрішньо-групових відносин.

Бабурнич В.В. СТВОРЕННЯ РАВЛИКОВОЇ ФЕРМИ НА ВЛАСНОМУ ГОРОДІ .....	175
Агапчук А.В. ЧИ ДІЙСНО ЗБИТКОВЕ ТВАРИННИЦТВО? .....	177
Маник В.І. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ДОБРОБУТУ СОБАК ПРИ ЛЮДИНО-ТВАРИННОЇ ВЗАЄМОДІЇ У КАНІСТЕРАПІЇ .....	179
Мала А.А. БЛАГОПОЛУЧЧЯ ТВАРИН: АКТУАЛЬНІСТЬ ДЛЯ УКРАЇНИ .....	182
Станіславова К.Д. ВЕТЕРИНАРНА МЕДИЦИНА 21 СТОЛІТТЯ .....	184
Улько Є.С. БЛАГОПОЛУЧЧЯ ТВАРИН: АКТУАЛЬНІСТЬ ДЛЯ УКРАЇНИ .....	186

### **ЛІДЕРСТВО ТА ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БРЕНДУ**

Белінський І.О. ЛІДЕРСТВО ТА ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БРЕНДУ .....	188
Білоостоцька А.О. ШЛЯХ ДО ЕФЕКТИВНОГО ЛІДЕРСТВА .....	189
Бондар С.М. «ЛІДЕР У НАВЧАННІ, ЛІДЕР У ЗМАГАННІ, ЛІДЕР У ЖИТТІ!» (ТЕСТ НА ЛІДЕРСТВО) .....	191
Василенко М.Ю. ЛІДЕРСТВО І КЕРІВНИЦТВО .....	194
Вільховатська А.І. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БРЕНДА .....	196
Гавриловський В.О. ЛІДЕРСТВО ТА ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БРЕНДУ .....	198
Горішок Ю.Р. АГРАРНА СФЕРА: ЧИ ЦЕ ПРЕСТИЖНО? .....	199
<b>Грекова Т.М. ВИКОРИСТАННЯ БРЕНД – ТЕХНОЛОГІЙ В АГРАРНІЙ СФЕРІ.....</b>	<b>201</b>
<b>Дерменжи А.В. ВИМОГИ ДО СУЧАСНОГО ЛІДЕРА В АГРАРНІЙ СФЕРІ.....</b>	<b>203</b>
Єкімов О.П. ОСОБЛИВОСТІ ЛІДЕРСЬКИХ КАЧЕСТВ .....	205
Коркуляк Р.Ф. ЛІДЕРСТВО ЯК НЕВІД’ЄМНА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ .....	206
Кравченко Д.В. ТРАНЗИТ ВІД КЕРІВНИЦТВА ДО ЛІДЕРСТВА .....	208
Кухарук С.В. ІНДИВІДУАЛЬНИЙ БРЕНД ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ .....	210
Лазебна А.Р. ТРАНЗИТ ВІД КЕРІВНИЦТВА ДО ЛІДЕРСТВА.....	211
Мартінова Н.О. ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ АБО ПРАВИЛА УСПІХУ ЖІНОК - ЛІДЕРІВ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ .....	213
Невінчанна К.А. ЗАВДАННЯ СТУДЕНТСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЗІ СТВОРЕННЯ УМОВ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ .....	215
Остапчук А.А. ІНДИВІДУАЛЬНИЙ БРЕНД ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ.....	217
Охота Н.В. АГРАРНА СФЕРА: ЧИ ЦЕ ПРЕСТИЖНО? .....	219
Пономарьова К.А. КАР’ЄРА ДИПЛОМАТА ЧЕРЕЗ ЛІНЗИ ГЕНДЕРУ .....	220
Похільченко О.М. ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ.....	222
Пустовит Х.І. АГРАРНА СФЕРА – ЧИ ЦЕ ПРЕСТИЖНО? .....	224
Семоненко А.С. АГРАРНА СФЕРА: ЧИ ЦЕ ПРЕСТИЖНО? .....	227
Середа С.О. ТРАНЗИТ ВІД КЕРІВНИЦТВА ДО ЛІДЕРСТВА .....	228
Хатнянська К.Є. ЛІДЕРСТВО ТА ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БРЕНДУ «ПРОДУКТИ ОРГАНІЧНОГО ЗЕМЛЕРОБСТВА» .....	231
Шаробокова Є.В. ЯК РОЗПІЗНАТИ ЛІДЕРА .....	233
Шишка Р.О. ПІДГОТОВКА УПРАВЛІНСЬКОЇ ЕЛІТИ В УКРАЇНІ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД .....	236
Ярошевський А.О. РАВЛИКОВИЙ БІЗНЕС: ЯК НЕЗВИЧАЙНИЙ ВИД ФЕРМЕРСТВА НАБИРАЄ ОБЕРТІВ В УКРАЇНІ .....	238
Ломницька С.І. ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БРЕНДУ ЯК НЕВІД’ЄМНИЙ АТРИБУТ СУЧАСНОЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	241

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Інженерно-економічний факультет**



**БРАСЛАВСЬКІ ЧИТАННЯ.**  
**ЕКОНОМІКА ХХІ СТОЛІТТЯ: НАЦІОНАЛЬНИЙ**  
**ТА ГЛОБАЛЬНИЙ ВИМІРИ**

**Збірник матеріалів XI Міжвузівської науково-  
практичної студентської конференції**  
(22 вересня 2020 року)

**Одеса 2020**

## УДК 33.20:929Б:378.147.31

Браславські читання. Економіка ХХІ століття: національний та глобальний виміри: Збірник матеріалів ХІ Міжвузівської наукової-практичної студентської конференції, 22 вересня 2020 року. Одеса, ОДАУ. 2020. 133 с.

У збірнику представлені наукові роботи студентів-учасників Х Міжвузівської науково-практичної конференції «Економіка ХХІ століття: національний та глобальний виміри», проведеної у рамках Браславських читань.

Розглянуто проблеми розвитку економіки України, обґрунтовані теоретичні, методичні та прикладні засади розвитку економічних відносин в аграрній сфері, визначені пріоритети та запропоновані шляхи розв'язання актуальних проблем розвитку галузі з урахуванням національного і зарубіжного досвіду та інтеграції у світову економіку. Надано рекомендації з підвищення ефективності функціонування економіки, удосконалення бухгалтерського обліку, аудиту, менеджменту, управління маркетинговою діяльністю підприємств, організації виробництва та впровадження сучасних біотехнологій, розвитку персоналу та стимулювання праці.

Розраховано на науковців, спеціалістів підприємств аграрного сектора, викладачів, аспірантів, студентів закладів вищої освіти.

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради інженерно-економічного факультету Одеського державного аграрного університету протокол №1 від 29 вересня 2020 року.

### **Редакційна колегія:**

*Крюкова І.О., д.е.н., професор (голова ред.колегії)*

*Малащук О.С. к.е.н., доцент, декан інженерно-економічного факультету  
ОДАУ*

*Запша Г.М., д.е.н., професор*

*Стоянова-Коваль С.С., д.е.н., професор*

*Томчук О.Ф., к.е.н., доцент, ВНАУ*

*Томчук В.В., к.е.н., доцент, ДонНУ ім. В. Стуса*

*Галицький О.М., д.е.н., доцент*

*Дяченко О.П., д.е.н., доцент*

*Дударев І.І. к.т.н., доцент*

*Уминський С.М. к.т.н., доцент*

*Найда А.В., к.е.н., доцент (відповідальний секретар)*

*Відповідальність за достовірність даних, зміст і якість матеріалів  
збірника несуть автори.*

© Одеський державний аграрний  
університет, 2020

**Федерка Т.М.**  
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ В АГРАРАНОМУ СЕКТОРІ 40

**Дармороз М.О.**  
СУТНІСТЬ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ: ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ ВИМІР 44

## **СЕКЦІЯ 2. МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ**

**Балабан М.П.**  
СУЧАСНІ ІННОВАЦІЇ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ 47

**Грекова Т.М.**  
РОЗВИТОК ОПЕРАЦІЙНОГО КОНСАЛТИНГУ 50

**Куслій О.О.**  
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ 52

**Малишев Д.Г.**  
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА 55

**Фіник А.В.**  
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ 58

## **СЕКЦІЯ 3. АГРОІНЖЕНЕРІЯ**

**Бондар О. І.**  
ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ПАРАМЕТРІВ ВЕРСТАТНОГО ЗАЧЕПЛЕННЯ СПРЯЖЕНИХ ПОВЕРХОНЬ ЗАГОТОВКИ І ІНСТРУМЕНТУ ПРИ ФІНІШНІЙ ОБРОБЦІ ЗУБЧАТИХ КОЛІС 62

**Гавілов В.І.**  
РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗАСОБІВ РЕГЕНЕРАЦІЇ МОТОРНИХ МАСТИЛ В УМОВАХ АПК 65

**Григораш Л.В., Рахтопол О.Г.**  
СИСТЕМА МАШИН ДЛЯ ОБРОБІТКУ ҐРУНТУ В ІНТЕНСИВНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ ВИРОЩУВАННЯ КУКУРУДЗИ НА ЗЕРНО 68

3. Технології AI в агро-комплексі. URL: <https://www.everest.ua/rost-cyifrovogo-selskogo-hozyajstva-y-svyazann%D1%8Bh-s-nym-tehnologyj-otkr%D1%8B-l-mnozhestvo-nov%D1%8Bh-vozmozhnostej-dlya-rabot%D1%8B-s-dann%D1%8B-my-udalenn%D1%8B-e-datchyky-sputnyky-avtonomnaya-r/> (дата звернення 10.08.2020 р.)

## **РОЗВИТОК ОПЕРАЦІЙНОГО КОНСАЛТИНГУ**

**Грекова Т.М., студентка інженерно-економічного факультету  
Одеський державний аграрний університет**

В умовах об'єднання України у світовий економічний простір діяльність, пов'язана з консультаційним обслуговуванням бізнесу, здобуває величезного значення для керівників компаній.

Термін «консалтинг» означає здійснення управлінського консультування будь-якого масштабу. Консалтинг, або управлінське консультування, може застосовуватися у локальних суто економічних питаннях, так до вирішення глобальних управлінських проблем.

Консалтинг – це комплекс знань, пов'язаних з науковим пошуком, проведенням досліджень, постановкою експериментів з метою розширення наявних та отримання нових знань, перевірки наукових гіпотез, встановлення закономірностей, наукових узагальнень, наукового обґрунтування проєктів для успішного розвитку організації [1].

В широкому сенсі термін консалтинг можна визначити як вид інтелектуальної діяльності, основне завдання якого полягає в обґрунтуванні перспектив розвитку, на основі аналізу, та впровадження науково-технічних і організаційно-економічних інновацій з урахуванням предметної області і умов клієнта.

До сфери впливу операційного консалтингу належать питання, що пов'язані з системою управління підприємством, його організаційною структурою, функціонування бізнес-процесів, забезпечення організаційно-методичними документами та регламентами, управління персоналом та створення ефективної системи управління якістю.



- адаптація досвіду зарубіжних країн до умов національної економіки;
- підвищення попиту за рахунок розширення діяльності та диверсифікації консалтингових послуг;
- проведення заходів щодо підвищення престижу професії консультанта;
- створення професійного консультативного об'єднання, яке мало б змогу зменшити залежність країни від іноземних експертів;
- застосування маркетингу консультативних послуг для поширення інформації щодо надання таких послуг;
- підвищення якості консалтингових послуг шляхом залучення фахівців певних галузей науки та промисловості;
- запровадження професійної освіти у вищих навчальних закладах для формування професійної системи освіти консультантів.

Науковий керівник – к.е.н., доцент Дідур Г.І.

#### Література

1. Румянцева З. А., Алешникова В.И. Становление рынка управленческого консультирования. Москва, 1993. 233 с.
2. Василенко Н.В. Особенности консалтинговой деятельности в образовании. *Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии*. 2010. №1(3), С.74-82.
3. Верба В.А. Консалтингова підтримка розвитку українських підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. Т.2. С.55-59 с.

### **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ**

**Куслій О.О., студент інженерно-економічного факультету  
Одеський державний аграрний університет**

Стан української економіки є доволі складним і неоднозначним. Складна політична ситуація, глобалізаційні виклики, постійний дефіцит власних коштів вимагає від усіх учасників господарського процесу пошуку ефективних форм