



Сумський національний аграрний університет



Национальный технический университет «ХПИ»



Політехніка Свентокржинська в Кельцах (Польща)



ТОВ «ТРИЗ»



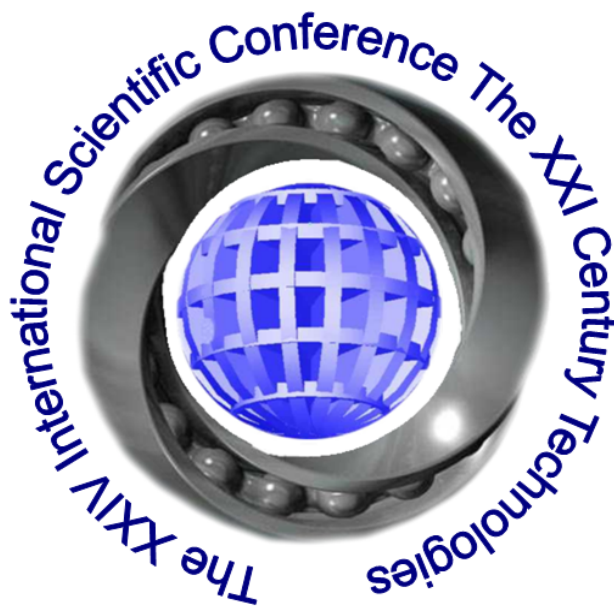
Сумський державний університет



Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенко



Українська технологічна академія



## ТЕХНОЛОГІЇ ХХІ СТОРІЧЧЯ

Збірник тез за матеріалами 24<sup>ої</sup> міжнародної науково-практичної конференції  
(10-15 вересня 2018 г.)

Частина 2

Секції: «Прогресивні технології в економіці», «Прогресивні технології у педагогіці»

Суми, Одеса – 2018

Технології XXI сторіччя: Збірник тез за матеріалами 24-ої міжнародної науково-практичної конференції (10-15 вересня 2018 г.). Ч.2. – Суми: СНАУ, 2018.- 238 с.

Збірник містить тези доповідей, присвячені питанням впровадження прогресивних технологій в промисловість, агропромисловий комплекс і методики викладання у ВНЗ.

- ної літератури, 2006. – 312с.;
2. Маркетинг для магістрів: Навчальний посібник / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД “Університетська книга”, 2007. – 928 с.;
  3. Економічний аналіз. Навчальний посібник / В.М. Серединська, О.М. Загородна, Р.В.Федорович. – Тернопіль: Видавництво Астон, 2010. – 624 с.

*Григоренко О.В., студентка, Мішенін Є.В., д.е.н., проф., Ярова І.Є., к.е.н., доц., СумДУ*

## **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК КОМПАНІЙ: ОЦІНКА СВІТОВИХ І НАЦІОНАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ**

Одним із стратегічних шляхів соціально-економічного зростання компаній є їх інноваційний розвиток. Практика свідчить, що інновації на сучасному етапі розвитку суб'єктів господарювання можуть не лише забезпечити високі показники економічного розвитку, але й підвищити конкурентоспроможність підприємств, їх експортний потенціал, а також допоможуть вирішити соціо-еколого-економічні проблеми суспільства, що ж саме інноваційний розвиток підприємства.

Про інновації говорять багато і саме поняття є багатозначним, і тому дебати про сутнісно-змістовну основу його продовжуються.

Так, часто про інновації говорять в контексті нових технологій, але часто вони можуть навіть не включати в себе такі технології. Наприклад, свого часу концепція самообслуговування Mc'Donalds була інноваційною, але не містила в собі новітніх розробок. Тому інновація – це не винахід, який може бути лише частиною всього процесу, але не його суттю.

Організація OECD говорить про інновації як про нові продукти, бізнес-процеси чи організаційні зміни, що створюють додану вартість або соціальний добробут. Річард Лайонс, топ-менеджер інвестиційного банку Goldman Sachs, виражається ще коротше: «Інновація – це свіже мислення, яке створює додану вартість» [1].

Інноваційний шлях розвитку є невід'ємною або навіть визначальною складовою соціально-економічного зростання будь-якої країни світу. Досвід інших країн засвідчує, що за лічені десятиліття вони змогли відбудувати національні економіки. Так, Південна Корея, яка за 50 років перетворилася з бідної аграрної країни, що пережила війну, в одну з найбагатших і високотехнологічних держав світу. В основі цих перетворень і безпрецедентних темпів зростання – інновації та високі технології. Країна інвестує в R&D понад 4% свого ВВП» [2].

Неймовірний ривок у розвитку зробив за півстоліття і Сінгапур, який аж до 1963 року був британською колонією. Країна, де не було не тільки природних ресурсів, а й навіть питної води, сьогодні перебуває на шостому місці за обсягом ВВП на душу населення і на першому – в рейтингу Doing Business. На початку 2016-го влада Сінгапуру затвердила План розвитку наукових досліджень до 2020 року, відповідно до якого в розроблення протягом найближчих п'яти років буде вкладено \$13,2 млрд, що на 18% більше, ніж у попередньому п'ятирічному циклі [3].

Поки що США лідирують у створенні та впровадженні інновацій. Це показує кількість зареєстрованих патентів та витрати на R&D, а також кількість інноваційних стартапів та розвиток венчурних компаній. Інші країни все більше складають конкуренцію Штатам, сфокусовуючись на чотирьох складових:

- Покращення науки, інженерна та математична освіта.
- Залучення високоосвічених іммігрантів.
- Збільшення державних витрат на дослідження.
- Податкові пільги.

Україна має значний потенціал для успішного інноваційного розвитку. На перший погляд гідний рівень навчальних закладів, велика кількість людей з вищою освітою, високий рівень знань точних наук, техніки, прагнення населення до інновацій, значний обсяг випуску високотехнологічної продукції означають інноваційнорозвинену країну. Але, на жаль, показ-

ники інноваційного розвитку в Україні не сягають високого рівня.

На сьогодні Україна стрімко розробляє вісім інноваційних проектів здатних вирішити екологічні, соціальні, демографічні та інші проблеми. Зараз в Україні здійснюються інноваційні проекти такі як: «Енергія природи», «Нова якість життя», «Якісна вода», «Відкритий світ», «Місто майбутнього», «Повітряний експрес» та ін. [4].

Незважаючи на досить високий соціально-економічний потенціал в Україні все ж існують проблеми, які гальмують подальший інноваційний розвиток. Серед таких проблем можна виділити: фінансові, економічні, політичні, екологічні, організаційні, соціальні та інші.

Труднощі, що виникли при вирішенні зазначених проблем, і низький (близький до нуля) відсоток реалізації проектів по трансферу технологій обумовлені, головним чином, наступними причинами [5]:

- нечіткими організаційно-правовими та організаційно-економічними механізмами інноваційного розвитку підприємств;
- децентралізацією державних рішень з питань трансферу технологій та інноваційного розвитку українських підприємств;
- недостатнім рівнем інвестиційного клімату, а також державних гарантій для внутрішніх і зовнішніх інвесторів;
- наявністю розбіжностей в цій сфері між Міністерством економіки України, Міністерством освіти і науки України, Державним агентством з інвестицій та інновацій, Мінпромполітики України та НАН України.

Серед багатьох проблем інноваційного розвитку України можна виділити чотири основні проблеми:

- складність в фінансуванні інноваційних програм;
- суперечність між інтересами держави і представниками організаційних структур;
- стрімкий розвиток науково-технічного прогресу і повільне впровадження нововведень;
- низький рівень захисту інтелектуальної власності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Світові інновації: погляд журналу The Economist [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://open.kmbs.ua/ua/articles/13478/temp>.
2. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.rusnauka.com/7\\_NND\\_2009/Economics/37559.doc.htm](http://www.rusnauka.com/7_NND_2009/Economics/37559.doc.htm).
3. Врятувати майбутнє: перший рейтинг інноваційних компаній України [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1416757-vryatuvati-majbutne-pershij-rejting-innovacijnih-kompanij-ukrayini#4>.
4. Національні проекти у стратегії економічної модернізації України / Жаліло Я. А., Покришка Д. С., Бережний Я. В. та ін. – К. : НІСД, 2013. – 144 с.
5. Космидайло І.В. Проблеми інноваційного розвитку в Україні та шляхи їх вирішення / І. В. Космидайло // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 2. – С. 20-27.

*Старинський В.М., магістр, СНАУ*

## ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Будучи необхідним та завершальним етапом господарського циклу аграрних підприємств, процес збуту виробленої продукції істотно впливає на ефективність їх діяльності. Від професійності виконання збутових функцій, пов'язаних з пошуком та вибором каналів реалізації, забезпеченням договірних довгострокових поставок, формуванням попиту та стимулюванням збуту, розробкою цінових та інших маркетингових стратегій значною мірою залежить рівень прибутковості і, як наслідок, можливість висхідного соціально-економічного ро-

звітку аграрних підприємств. Тривалий період функціонування підприємств аграрної сфери в умовах планово-адміністративної системи, яка через механізми державних закупівель та фіксованих сільськогосподарських цін забезпечувала гарантований збут виробленої продукції, певна інертність мислення частини керівників, скорочення ресурсного потенціалу, згорання обсягів виробництва, низький рівень його ефективності та інші чинники обумовили збереження в значній кількості сучасних аграрних підприємств традиційного підходу до формування організаційних структур управління, орієнтованих переважно на виробництво та дію внутрішньогосподарських факторів. Проте функціонування в умовах ринкової економіки, підвищення зрілості конкурентного середовища, важливість адаптації до кон'юнктурних змін, вимагають посилення комерційної функції аграрних підприємств, в тому числі і за рахунок створення адаптивних з позицій дії зовнішніх та внутрішніх факторів організаційних форм управління маркетинговою діяльністю.

Слід також відзначити, що сільськогосподарський маркетинг набагато складніше інших його форм, це обумовлено тим, що використання елементів і засобів маркетингу в аграрному секторі має особливості, пов'язані зі специфікою самого сільськогосподарського виробництва та особливостей галузі в цілому, зокрема агробіологічних чинників, низької еластичності попиту, сезонності виробництва, що вимагає пошуку дієвих інструментів гнучкого пристосування можливостей підприємства до вимог ринку [2, с.13].

Загалом агромаркетинг як система ще не набув значного поширення у формуваннях АПК України. Це можна пояснити двома основними причинами:

по-перше, недостатньо виробляється продукції сільського господарства і відсутня належна прозора конкуренція;

по-друге, в окремих керівників підприємств склалася думка про незначну роль маркетингу в умовах дефіциту товарів. Це неправомірно, адже з практичної точки зору цільова спрямованість і філософія бізнесу й організація його у сільськогосподарських формуваннях при маркетинговій і виробничо-збутовій орієнтаціях зовсім різні. При маркетинговій орієнтації мета колективу підприємства чи формування малого бізнесу – задоволення потреб та інтересів споживачів, а при виробничо-збутовій – переважно виконання виробничої програми без орієнтації на конкретного споживача.

Несприятливими для українських аграрних підприємств є чинники зовнішнього середовища, які багато в чому пов'язані з нерозвиненістю ринкових відносин в Україні (хоча країна і визнана такою, що має статус ринкової економіки), недосконалістю інфраструктури аграрного ринку, станом економіки, суперечливим характером українських реформ та недосконалістю законодавства [1, с.12].

При організації маркетингової діяльності в підприємствах України, важливо врахувати світовий досвід. Роль маркетингу постійно зростає і зрештою маркетинг має стати головною сферою агробізнесу. Наприклад, у США в структурі АПК на маркетингову сферу припадає 75 % його вартості, в Російській Федерації поки лише близько 25 %, а в Україні ще менше. Цьому є як суб'єктивні, так і об'єктивні причини: дотепер реально не працює прийнятий Верховною Радою Земельний кодекс, мало виробляється сучасної сільськогосподарської техніки для великих агропідприємств і фермерів, мають місце істотні недоліки в інвестиційній політиці АПК. Та й держава поводить на аграрному ринку непередбачувано, непрозоро, а часом й непорядно: мають місце факти неповернення експортерам ПДВ, створення на експортному ринку державних монополій, що «обдирають» експортерів на 20 дол. США на кожній тонні зерна, тощо [5, с.130].

Дослідження світового досвіду розвитку маркетингу вказують, що головними тенденціями на сучасному етапі є:

- 1) адаптація агропромислового комплексу до мінливих ринкових умов, новим технологіям, державному регулюванню та інших факторів;
- 2) розвиток вертикальної інтеграції і тенденцій до злиття однорідних компаній, поєднання різних рівнів і функцій маркетингу в межах однієї компанії;
- 3) зміни в структурі потоку агропромислової продукції та продовольства по каналах ре-

алізації, розширення прямих торгових зв'язків фермерів з великими оптовиками, які контролюють кількість і якість продукції ;

4) функціонування інформаційних служб і рухів споживачів, які мають сильний вплив на діяльність товаровиробників [4, с.52].

Підвищити ефективність маркетингової системи можна шляхом:

- налагодження безпосередніх контактів між сільгоспвиробниками і споживачами. Крім збуту продукції це дає ще чимало переваг, зокрема, створює можливості для зростання доходів шляхом елімінування посередників, а також одержання доходів із підготовки продукції до продажу.

- організація маркетингової діяльності повинна спрямовуватися на розвиток підприємницької ініціативи, що передбачає розробку конкурентоспроможних ідей, їх оперативну реалізацію в практичній діяльності.

- в основу виробничої та ринкової стратегії новоутворених агроформувань має бути покладена концепція життєвого циклу продукту, яка би визначала момент його входження на ринок, пік виробництва та продажу, а також необхідність заміни існуючого продукту новим, конкурентоспроможнішим (збільшення частки на ринку екологічно чистої продукції) .

Введення ефективної системи агромаркетингу допоможе об'єднати зусилля сільськогосподарських товаровиробників, підприємств переробної промисловості і торгівлі не тільки на стадії реалізації продукції, а й на стадії визначення характеру і масштабів її виробництва, шляхів рентабельного використання виробничих потужностей підприємств, визначення взаємовигідних умов просування продукції з врахуванням максимального задоволення потреб кінцевих споживачів.

Організація маркетингу на підприємстві передбачає: побудову та вдосконалення структури управління маркетингом; підбір фахівців із маркетингу належної кваліфікації; розподіл завдань, прав та відповідальності серед працівників маркетингових служб; створення належних умов для ефективної роботи маркетингового персоналу; забезпечення ефективної взаємодії маркетингових та інших служб. Особливу увагу при створенні служби маркетингу на підприємстві необхідно приділити проведенню маркетингових досліджень та аналітичній роботі. Найвні недоліки у тенденції формування цін реалізації, а отже, прибутку сільськогосподарських підприємств, які значною мірою зумовлені відсутністю у їх менеджерів інформації як про поточну, так і про перспективну кон'юнктуру на ринку аграрної продукції. Саме тому маркетингові дослідження є вкрай актуальними для аграрних підприємств. Ефективність управління маркетинговою системою підприємства залежить від її інформаційного забезпечення, яке включає інформаційні потреби, збір інформації, її аналіз і обробку, а також використання отриманих результатів. У сучасному маркетингу рецептом ефективного управління, на думку зарубіжних маркетологів, є 90% інформації та 10% натхнення (інтуїції) [3, с.58].

Тому важливою умовою функціонування системи маркетингу є створення єдиного інформаційного простору на базі комп'ютерних та інших мереж. Підключення до маркетингової інформаційної мережі повинно гарантувати користувачу одержання ринкової інформації як по регіону (у розрізі господарств і центрів), так і по Україні в цілому, забезпечувати обробку, аналіз, систематизацію і передачу необхідних повідомлень по каналах різних рівнів. З метою повноцінного забезпечення підприємств маркетинговою інформацією доцільно створити на рівні державного управління єдину систему управління інформаційним забезпеченням маркетингу, яка б охоплювала як регіони, так і галузі економіки, включала процес і методи збору, накопичення, збереження маркетингової інформації у єдиному банку даних та методи її отримання підприємствами з цього банку. Особливу увагу доцільно приділити управлінню взаємовідносин із покупцями (CRM), оскільки цей спосіб вимагає менших витрат порівняно з іншими інструментами маркетингу, але є ефективним. Успішна діяльність підприємства залежить від гнучкості системи управління.

Таким чином, на сучасному етапі господарювання в підприємствах агропромислового комплексу маркетингова діяльність не отримала широкого розповсюдження. Це пов'язано

насамперед із відсутністю кваліфікованих фахівців-маркетологів і єдиного інформаційного простору, нерозвиненістю мережі дорадництва та маркетингової інфраструктури, низьким рівнем знань керівників і фахівців у галузі маркетингу, а також циклічністю економічного розвитку. З метою активізації функцій і вдосконалення внутрігосподарських відносин доцільно чітко розподілити і організувати служби та відділи підприємства за двома напрямками – виробничим й обслуговуючим, а відділ маркетингу забезпечить необхідні умови для нормального функціонування основних підрозділів. Створення сільськогосподарськими підприємствами відділів маркетингу зможе забезпечити посилення конкурентних переваг та конкурентоспроможності на ринку, відповідне позиціонування. Для підвищення ефективності використання маркетингової системи передбачають: уведення в положення про відділ маркетингу і про посадові інструкції співробітників відділу деталізованих функціональних обов'язків фахівців; підвищення кваліфікації працівників відділу маркетингу за напрямками застосування новітніх маркетингових технологій; включення в автоматизовану систему бюджетування маркетингового відділу блоків розрахунку, аналізу і планування діяльності підприємства. Ефективно діюча система управління маркетингом зможе забезпечити довгостроковий прибуток та стабільне положення підприємств на ринку.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Іващенко А.А. Особливості управління маркетинговою діяльністю в аграрній сфері / А.А. Іващенко // Економіка АПК. – 2011. – №2. – С. 11-14.
2. Калінчик М. В. Маркетингові організації виробників сільськогосподарської продукції в Україні / М. В. Калінчик // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. - 2014. - Вип. 149. - С. 11-16.
3. Кучер О.В. Збутова діяльність аграрних підприємств на основі маркетингових стратегій / О.В. Кучер // Економіка АПК. – 2012. – № 4. – С. 49 - 70.
4. Макаренко Н.О. Науково-практичні аспекти формування кластерної виробничої структури як основного напрямку підвищення конкурентоспроможності аграрної галузі / Н.О. Макаренко // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції [От Балтики до Причорномор'я: національні моделі економічних систем], (м. Рига, 25 березня 2016 року) – Рига: Прибалтійська міжнародна академія, 2016, С.50-54.
5. Туболец К. Г. Шляхи вдосконалення управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств / К.Г. Туболец // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]. Сер.: Державне управління. – 2012. – Т. 186, Вип. 174. – С. 129-132.

*Устік Т.В., к.е.н, доцент, Білоус В.А., магістрант, СНАУ*

### **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА**

Аграрне господарство є стратегічно важливою галуззю для країни, розвиток якої визначається багатьма факторами, в тому числі ефективністю прийняття управлінських рішень. Ринкові перетворення, що відбуваються в аграрному секторі економіки, визначення сільського господарства пріоритетною галуззю економіки, загострення конкуренції на окремих сегментах ринку продовольства, створення ефективних фермерських господарств актуалізують необхідність дослідження проблеми забезпечення сталого розвитку аграрних підприємств, як передумови стійких їх позицій на ринках продовольства.

Саме тому, об'єктивною потребою ефективного функціонування як аграрних підприємств, так і фермерських господарств є формування стратегії сталого розвитку та визначення концептуальних підходів до її формування, що направлено на комплексне системне використання економічних, соціальних та екологічних складових з метою забезпечення адекватної реакції на зміни факторів зовнішнього середовища та сприяння максимально ефективного функціонуванню аграрних підприємств у визначеному стратегічному

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ «ПРОГРЕСИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ»

*Сапич Н.М., к.е.н., доцент, Будник О.О., магістрант, СНАУ*

РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ТА ЗБУТУ НАСІННЯ СОНЯШНИКА ..... 3

*Кривенко С.О., магістрант, Сумський національний аграрний університет*

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ  
ЗЕМЕЛЬ НА ЗАСАДАХ NO-TILL ТЕХНОЛОГІЇ..... 4

*Сапич Н.М., к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет*

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗАХОДІВ ЩОДО ЗНИЖЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОГО  
РИЗИКУ ..... 6

*Сапич Н.М., к.е.н., доцент, Сема Е.А., магістрант, СНАУ*

ВПРОВАДЖЕННЯ РЕСУРСО- І ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ В  
СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ ..... 8

*Сапич В.І., к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет*

ЕВОЛЮЦІЯ ВІДНОСИН ВЛАСНОСТІ НА ЗЕМЛЮ ВІДПОВІДНО ДО  
ФОРМАЦІЙНОГО ПІДХОДУ..... 9

*Дробоног Ж.В., магістрант, Сапич В.І., к.е.н., доцент, СНАУ*

ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ  
ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... 12

*Панченко Ю.С., магістрант, наук. кер. к.е.н., доц. Коблянська І.І., СНАУ*

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ  
ВИРОБНИЦТВІ..... 14

*Коблянська І.І., к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет*

ЗНАННЯ ТА НАВИЧКИ ПОСАДОВИХ ОСІБ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО  
САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ ІНСТИТУЦІЙНИХ ЗМІН ..... 16

*Лукаш С.М., к.е.н., доцент, Ладика Ю.В., к.ю.н., доцент, СНАУ*

РОЛЬ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖЕРА В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ..... 18

*Лукаш С.М., к.е.н., доцент, Сімашов С.А., магістрант, СНАУ*

ЕКОНОМІЧНИЙ ПОГЛЯД НА РИЗИКИ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ..... 19

*Бондарєв В.О. магістрант, СНАУ, Шумкова О.В., к.е.н., доцент, СНАУ*

ОСОБЛИВОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ  
ПІДПРИЄМСТВ..... 20

*Svitlana Makhnusha, PhD, associated professor of economics department of SNAU*

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL SECTOR IN UKRAINE AT THE  
MODERN STAGE ..... 21

*Новікова О.С., ст. викладач, СНАУ*

РОЗВИТОК АГРАРНОГО ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ ..... 23

*Пізняк Д.Ю., студент, Терещенко С.І., д.е.н., доцент, СНАУ*

КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ЕЛЕКТРОННОЮ ТОРГІВЛЕЮ  
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ..... 24

*Пізняк Т.І., к.е.н., доцент, СНАУ*

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ  
ПРОДУКЦІЇ В НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ..... 25

*Пізняк Т.І., к.е.н., доцент, Врюкало А.С., магістрант, СНАУ*

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА  
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ..... 26

*Пізняк Т.І., к.е.н., доцент, Галічев М.М., магістрант, СНАУ*

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК  
ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ  
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ..... 27



<i>Пізняк Т.І., к.е.н., доцент, Долінська Н.В., магістрант, СНАУ</i> ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ.....	28
<i>Пізняк Т.І., к.е.н., доцент, Расько А.В., магістрант, СНАУ</i> ВИЯВЛЕННЯ РЕЗЕРВІВ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА .....	29
<i>Пізняк Т.І., к.е.н., доцент, Себко Н.А., магістрант, СНАУ</i> ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ .....	30
<i>Прядка С.І., магістрант, Пилипенко Н.М., к.е.н., доцент, СНАУ</i> МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ .....	31
<i>Пилипенко Н.М., к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет</i> МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ МАЛИМ ТА СЕРЕДНІМ БІЗНЕСОМ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ .....	32
<i>Цebro Т.М., магістрант, Пилипенко Н.М., к.е.н., доцент, СНАУ</i> ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	35
<i>Богатова Д., магістрант, Пилипенко Н.М., к.е.н., доцент, СНАУ</i> ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ .....	37
<i>Самойленко Т.Г., ст. викладач, Сумський національний аграрний університет</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ.....	38
<i>Пилипенко В.В., к.е.н., доцент, Фалово Т.М., магістрант, СНАУ</i> ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	40
<i>Терещенко С. І., д.е.н., доцент, Грек Є.В., аспірант, СНАУ</i> МОТИВАЦІЙНИЙ МОНІТОРИНГ, ЯК ОСНОВА СТВОРЕННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА .....	42
<i>Менчинська А.І., магістрант, Строченко О.А., магістрант, СНАУ</i> ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР В ФЕРМЕРСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ .....	47
<i>Кутах К. М., ст. викладач, Сумський національний аграрний університет</i> МАЙБУТНЄ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ – СТВОРЕННЯ КООПЕРАТИВІВ .....	48
<i>Медвідь В.Ю., д.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет</i> МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ ПЛАНІВ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД.....	50
<i>Маслак Н.Г., к.е.н., доцент, СНАУ, Корнієнко В.І., консультант з організаційних питань Офісу реформ у Сумському регіональному відділенні Асоціації міст України</i> НАПРЯМИ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ З ОРГАНАМИ ДЕРЖАВНОЇ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СПРОМОЖНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД.....	51
<i>Башлай С. В., к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет</i> ВИЗНАЧЕННЯ КЛЮЧОВИХ ДЕТЕРМІНАНТ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	54
<i>Забара А.М., ст. викладач, Сумський національний аграрний університет</i> НОРМУВАННЯ ПРАЦІ ЯК ОКРЕМИЙ БІЗНЕС-ПРОЦЕС В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА .....	56
<i>Чайка А.Ю., магістрант, Річкаль Н.М., магістрант, СНАУ</i> ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	59

<i>Малюта Г.В., студентка, Забара А.М. ст. викладач, СНАУ</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ .....	60
<i>Льченко О.В. ст. викладач, Сумський національний аграрний університет</i> АСПЕКТИ ПРИБУТКОВОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОСА В ОРГАНІЧНОМУ ЗЕМЛЕРОБСТВІ .....	61
<i>Наушко Ю.С., к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет</i> ПРИНЦИПИ, ФАКТОРИ І ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗМІЩЕННЯ ПРОДУКТИВНИХ СИЛ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ .....	63
<i>Петросян Ю.А., магістрант, Чайка А.Ю., магістрант, СНАУ</i> СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МОДЕЛЮВАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ ЙОГО ОЦІНКИ .....	71
<i>Річкаль Н.М., магістрант, Петросян Ю.А., магістрант, СНАУ</i> НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА .....	72
<i>Тодерюк І.В., магістрант, Севідова Л.І., магістрант, СНАУ</i> НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА .....	73
<i>Ковальова О.М., к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ РИЗИКАМИ .....	75
<i>Божко О.П., магістрант, Сумський національний аграрний університет</i> РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ВИРОБНИЧИХ ФОНДІВ ПП «НАДЬ» ЛЕБЕДИНСЬКОГО РАЙОНУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ .....	77
<i>Чайка Н.П., магістрант, Сумський національний аграрний університет</i> УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА .....	78
<i>Прокопенко Р., магістрант, Сумський національний аграрний університет</i> СУТНІСТЬ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА .....	79
<i>Ситник І.П., магістрант, Сумський національний аграрний університет</i> СУТНІСТЬ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	82
<i>Воропай О.М., магістрант, Сумський національний аграрний університет</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА СОЇ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ .....	83
<i>Коваль Т.Ю., магістрант, Сумський національний аграрний університет</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЛІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ .....	84
<i>К.Х.Агаджанов-Гонсалес, старший викладач, СНАУ</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ НА БАЗІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ .....	86
<i>Строченко О.А., магістрант, Менчинська А.І., магістрант, СНАУ</i> ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ МОЛОКА В ФЕРМЕРСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ .....	87
<i>Онопрієнко І.М., к.е.н., доцент, Акименко О.В. магістрант, Кобзар В.В. магістрант, СНАУ</i> РИНОК НАСІННЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ .....	89
<i>Безкоровайна О.О., магістрант з маркетингу, СНАУ</i> СУЧАСНА ПАРАДИГМА СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ: МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ТА ПРОБЛЕМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ .....	92

<i>Полятикіна Л.І. к.е.н., доцент, Бесараб Я.О., магістр, СНАУ</i>	
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	94
<i>Білик С. Г., студент, Мішеніна Г. А., к.е.н., доц., СумДУ</i>	
ІНСТИТУЦІЙНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	95
<i>Онопрієнко І.М., к.е.н., доцент, Буднік О.О., магістрант, СНАУ</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ М'ЯСА В УКРАЇНІ .....	96
<i>Броварник А.Ю., магістрант, Данілова І.С., ст. викладач, СНАУ</i>	
ЕКСПОРТНІ МОЖЛИВОСТІ АГАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ .....	98
<i>Буднік Ол. В., магістрант, Шумкова О.В., к.е.н., доцент, СНАУ</i>	
ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	99
<i>В'юнник А. О., студентка, Мішенін Є.В., д.е.н., проф., Ярова І.Є., к.е.н., доц., СумДУ</i>	
ПРОБЛЕМИ ІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ НА ОСНОВІ РОБОТИЗАЦІЇ.....	101
<i>Горян Я.С., магістрант, Муштай В.А., к.е.н, доцент, СНАУ</i>	
ОРГАНІЗАЦІЯ РАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ РОЗПОДІЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	102
<i>Гринько К.Г., магістрант, Нечипоренко В.В., к. с.-г. н. доцент, СНАУ</i>	
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА .....	105
<i>Гриценко М. І, магістрант, Муштай В.А., к.е.н, доцент, СНАУ</i>	
ВПЛИВ ЕФЕКТИВНОЇ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ НА ЗМЕНШЕННЯ РИЗИКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА .....	107
<i>Данілова І.С., ст. викладач, СНАУ</i>	
ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	110
<i>Дзьобан О.В., магістрант, Лищенко М.О., д.е.н, доцент, СНАУ</i>	
УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ЯК СКЛАДОВА ПОКРАЩЕННЯ ПОЛІТИКИ РОЗПОДІЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	111
<i>Дініц Р., студент, Дутченко О.М., к.е.н., доцент, СумДУ</i>	
ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ МОНІТОРИНГУ І УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ.....	114
<i>Іваницький О.Є., магістрант, Муштай В.А., к.е.н, доцент СНАУ</i>	
ВНУТРІШНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ БАНКУ.....	115
<i>Полятикіна Л.І. к.е.н., доцент, Каплун Н.В., магістр, СНАУ</i>	
РОЛЬ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРОГРАМ В ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ....	118
<i>Кацов В. В., магістрант, Нечипоренко В.В., к. с.-г. н., доцент, СНАУ</i>	
УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	119
<i>Онопрієнко І.М., к.е.н., доцент, Колесник В.В., магістрант, СНАУ</i>	
ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ ЛІСОМАТЕРІАЛІВ .....	121
<i>Колісник Л.В. магістрант, Селезень О.М. ст. викладач, СНАУ</i>	
МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	123
<i>Косакова Л.В., магістр, Полятикіна Л.І. к.е.н., доцент, СНАУ</i>	
ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	126
<i>Лищенко М.О., д.е.н., доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу СНАУ</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗЕРНОВОМУ РИНКУ .....	127
<i>Лобода А.В., магістрант, Лищенко М.О., д.е.н, доцент, СНАУ</i>	
ВИЗНАЧЕННЯ СКЛАДОВИХ МЕХАНІЗМУ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	130
<i>Лобода Д.С., магістрант, Макаренко Н.О., к.е.н, доцент, СНАУ</i>	
УПРАВЛІННЯ МАКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ.....	132

<i>Макарова В.В., к.е.н., доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу, СНАУ</i> МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	133
<i>Могильна Л.М., к.е.н., ст. викладач, СНАУ</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ - СУБ'ЄКТОМ ЗЕД.....	136
<i>Муштай В.А., к. е. н, доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу, СНАУ</i> ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМ ПІДПРИЄМСТВОМ .....	137
<i>Нечипоренко В.В., к. с.-г. н., доцент, СНАУ, м. Суми, Україна</i> АНАЛІЗ УМОВ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ПРОДУКЦІЇ МОЛОКОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ .....	140
<i>Онопрієнко І. М. к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет</i> АУДИТ ЯК СКЛАДОВА ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	142
<i>Панікар Ю.С., магістрант з маркетингу, Макарова В.В., к.е.н, доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу СНАУ</i> ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	144
<i>Панкова Т.Г., магістрант, Макарова В.В., к.е.н, доцент, СНАУ</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ.....	146
<i>Полятикін В.О., магістр, СНАУ.</i> ЗНАЧЕННЯ ЗЕМЕЛЬНОГО ПИТАННЯ ДЛЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ .....	145
<i>Полятикін С.О., аспірант, СНАУ.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	148
<i>Полятикіна Л.І., к.е.н. доцент, СНАУ</i> ІНФОРМАЦІНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ .....	149
<i>Рак Т.Ю. магістрант, Муштай В.А., к.е.н, доцент, СНАУ</i> ОКРЕСЛЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ ШЛЯХІВ РОЗПОДІЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ .....	150
<i>Руденко Б.О. А. магістр, Шумкова О.В., к.е.н., доцент кафедри, СНАУ</i> СУТЬ І ЗМІСТ МАРКЕТИНГОВОЇ ПРОГРАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	155
<i>Самодай К. С., студент, Мішеніна Г. А., к.е.н., доц., СумДУ</i> МЕХАНІЗМ ГРОМАДСЬКОГО ВПЛИВУ В СФЕРІ ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО ПРИРОДНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	156
<i>Селезень О.М., ст. викладач, СНАУ</i> УПРАВЛІННЯ ТОВАРИМ АСОРТИМЕНТОМ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	153
<i>Синявіна В. Д., магістрант, Муштай В.А., к.е.н, доцент, СНАУ</i> ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ ДІЙ АНТИКРИЗОВОГО ХАРАКТЕРУ ДЛЯ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	158
<i>Склярєнко А.С., магістрант, Макаренко Н.О., к.е.н., доцент</i> МАРКЕТИНГОВА ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	161
<i>Сова О.М. магістрант, Лищенко М.О., д.е.н, доцент, СНАУ</i> УДОСОНАЛЕННЯ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ РЕГІОНУ .....	162
<i>Сороколіт В.І. магістрант, Селезень О.М. ст. викладач, СНАУ</i> ВПЛИВ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА.....	163
<i>Старинський В.М., магістр, СНАУ</i> ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	167

<i>Устік Т.В., к.е.н, доцент, Білоус В.А., магістрант, СНАУ</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА.....	170
<i>Романенко Б.Р., магістрант, Устік Т.В., к.е.н, доцент, СНАУ</i> ХАРАКТЕРИСТИКА ПРІОРИТЕТНИХ СКЛАДОВИХ УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМ МАРКЕТИНГОМ ТА ЇХ ОЦІНКА.....	175
<i>Мікуліна М.О., ст. викладач, СНАУ, Україна</i> МОДЕЛЮВАННЯ ЗМІНИ ПОПИТУ НА ТРАНСПОРТНІ ПОСЛУГИ У СФЕРІ АВТОМОБІЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ .....	173
<i>Щигло В.О., магістрант, Могильна Л.М., к.е.н., ст. викладач, СНАУ</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	177
<i>Григоренко О.В., студентка, Мішенін Є.В., д.е.н., проф., Ярова І.Є., к.е.н., доц., СумДУ</i> ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК КОМПАНІЙ: ОЦІНКА СВІТОВИХ І НАЦІОНАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ.....	166
<i>Долгіх Я.В., доцент, СНАУ, м. Суми</i> ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ЧИСТОЇ ТЕХНІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ МЕТОДОМ DEA.....	178
<i>Сачко П.В., студентка, Мішенін Є.В., д.е.н., проф., СумДУ</i> СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	179
<i>Ярова І.Є., к.е.н., доц., Сумський державний університет</i> ЕКОЛОГІЧНО ОРІЄНТОВАНА ЛІСОГОСПОДАРСЬКА ПОЛІТИКА ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	181
<i>Усенко Р.В., магістрант, Могильна Л.М., к.е.н., ст. викладач, СНАУ</i> ОСОБЛИВОСТІ ВИХОДУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ .....	182
<i>Терехов Ф.Ю., магістрант, Макарова В.В., к.е.н, доцент, СНАУ</i> ВИКОРИСТАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	183
<i>Устік Т.В., к.е.н, доцент, Казнієнко С.С., магістрант, СНАУ</i> СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ.....	187
<i>Хурсенко С.М., к.ф.-м.н., доцент</i> ПРО ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ АПК .....	190
<i>Чепусенко Н.М., магістрант, Лишенко М.О., д.е.н, доцент, СНАУ</i> ХАРАКТЕРИСТИКА СКЛАДОВИХ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ....	185
<i>Шумкова В.І., к.е.н., асистент кафедри статистики, АГД та маркетингу СНАУ</i> СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В БАНКУ .....	191
<i>Шумкова О.В., к.е.н., доцент, СНАУ</i> СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ .....	193
<b>СЕКЦІЯ «ПРОГРЕСИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПЕДАГОГІЦІ»</b> <i>Габенко І.М., ст. викладач, Сумський національний аграрний університет</i> STEM ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ .....	197
<i>Логвіненко В.Г., к.п.н., доцент, Сумський національний аграрний університет</i> ВИВЧЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ З ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ГЕОІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ» СТУДЕНТАМИ-ЕКОЛОГАМИ В АГРАРНОМУ ЗАКЛАДІ...	198

<i>Ребрій А.М., Сумський національний аграрний університет, Україна</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ Й ЗАСТОСУВАННЯ ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЮ ПО НАРИСНІЙ ГЕОМЕТРІЇ .....	200
<i>Ребрій А.М., Сумський національний аграрний університет, Україна</i> ВИКЛАДАННЯ ЛЕКЦІЙ ВІД ТРАДИЦІЙ ДО ІННОВАЦІЙ.....	201
<i>Агаджанова С.В., к.т.н., доцент, Сумський національний аграрний університет</i> ІННОВАЦІЙНІ ІТ-ТЕХНОЛОГІЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ДАНИХ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ: ДОСВІД СНАУ .....	202
<i>Горовий С. О. , доцент кафедри охорони праці та фізики СНАУ</i> ФІЗИЧНА ПРИРОДА КУТОВИХ СИЛОВИХ МОМЕНТІВ ГЛАДКОГО ШПАРИННОГО УЦІЛЬНЕННЯ.....	203
<i>Баталова А.Б., старший викладач, СНАУ</i> ДИСТАНЦІЙНЕ НАВЧАННЯ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА ФОРМА ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ.....	207
<i>Кушнірова Л.В., Сумський державний педагогічний університет ім. А.С.Макаренка</i> ВИЗНАЧЕННЯ В. МАСАЛЬСЬКИМ ЗАВДАНЬ МЕТОДИКИ НАВЧАННЯ МОВИ В ШКОЛІ В СЕРЕДИНІ ДВАДЦЯТОГО СТОЛІТТЯ .....	208
<i>Пугач В.І., ст. викладач СНАУ</i> АКТИВІЗАЦІЯ ВИВЧЕННЯ ВИЩОЇ МАТЕМАТИКИ СТУДЕНТАМИ-АГРАРІЯМИ.....	210
<i>Ребрій А.М., Сумський національний аграрний університет, Україна</i> ПРОБЛЕМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ГРАФІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ІНЖЕНЕРІВ- БУДІВЕЛЬНИКІВ ТА АРХІТЕКТОРІВ .....	211
<i>Пугач В.І., ст. викладач СНАУ</i> МАТЕМАТИЧНИЙ ДИКТАНТ ЯК ФОРМА КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ПРИ ВИВЧЕННІ ВИЩОЇ МАТЕМАТИКИ.....	212
<i>Рибенко І.О., Сумський національний аграрний університет, Україна</i> АКТУАЛЬНІСТЬ КУРСУ ІНЖЕНЕРНОЇ ТА КОМП'ЮТЕРНОЇ ГРАФІКИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ .....	213
<i>Баталова А.Б., старший викладач, СНАУ</i> ПЛЮСИ ТА МІНУСИ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ.....	214
<i>Рибенко І.О., Сумський національний аграрний університет, Україна</i> ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОПТИМІЗАЦІЇ ГРАФІЧНОЇ ОСВІТИ СТУДЕНТІВ ТЕХНІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ .....	215
<i>Гаврилюк О.Г., Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка</i> ПОРІВНЯННЯ І ПРОТИСТАВЛЕННЯ МОВНИХ ЯВИЩ ЯК ЗАСІБ ПОПЕРЕДЖЕННЯ ІНТЕРФЕРЕНЦІЇ.....	216
<i>Ребрій А.М., Сумський національний аграрний університет, Україна</i> РОЗВИТОК ПРОСТОРОВОГО МИСЛЕННЯ ПРИ ВИВЧЕННІ ІНЖЕНЕРНОЇ ГРАФІКИ..	217
<i>Рибенко І.О., Сумський національний аграрний університет, Україна</i> ЗМІСТ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ ПО НАРИСНІЙ ГЕОМЕТРІЇ ТА ІНЖЕНЕРНІЙ ГРАФІЦІ .....	218
<i>Борозенець Н.С., Сумський національний аграрний університет, Україна</i> МЕТОДИ МАТЕМАТИЧНОЇ СТАТИСТИКИ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ-АГРАРІВ.....	219
<i>Рибенко І.О., Сумський національний аграрний університет, Україна</i> КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ УДОСКОНАЛЕННЯ ГРАФІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ .....	220
<i>Семірненко С.Л., Сумський національний аграрний університет, Україна</i> УДОСКОНАЛЕННЯ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ У ВНЗ ЧЕРЕЗ ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ МЕТОДІВ І ПРИЙОМІВ НАВЧАННЯ .....	221

<i>Головченко Г.С.</i> УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ НАВЧАННЯ ВИЩОЇ МАТЕМАТИКИ СТУДЕНТІВ АГРАРНИХ ВУЗІВ .....	222
<i>Борозенець Н.С., Сумський національний аграрний університет, Україна</i> ЩОДО НЕОБХІДНОСТІ ФОРМУВАННЯ ДОСЛІДНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У СТУДЕНТІВ-АГРАРІЇВ .....	224
<i>Горовий С. О., доцент кафедри охорони праці та фізики СНАУ</i> ФІЗИЧНА ПРИРОДА ГІРОСКОПІЧНОГО МОМЕНТА КОЛЕСА ВІДЦЕНТРОВОГО НАСОСА.....	225

**Наукове видання**

**Збірник тез за матеріалами  
24-ої міжнародної  
науково-практичної конференції  
(10-15 вересня 2018 г.)**

Суми, Сумський НАУ, РВВ, вул. Г. Кондратьєва, 160

---

Підписано до друку 28.08.2018 р. Формат А5.  
Гарнітура Times New Roman. Умовних друкованих аркушів \_\_\_\_.  
Тираж 100 примірників. замовлення №342





ООО «ТРИЗ» (Товарищество реализации инженерных задач) объединяет квалифицированных специалистов в области центробежных машин, их систем и узлов. Начало производственной деятельности предприятия – 1990 год.

Имеет сертификат на проведение работ в химической, нефтехимической и газовой промышленности по проектированию, ремонту, модернизации и эксплуатации, авторскому надзору за изготовлением, испытанием, пусконаладке и вибродиагностическим обследованиям насосного, компрессорного, турбинного, турбогенераторного, газового оборудования, их отдельных узлов и систем управления.

Основной вид деятельности - модернизация компрессорного и насосного оборудования по собственной технологии. В настоящее время успешно эксплуатируются более 130 наименований центробежного оборудования, прошедшего модернизацию по технологии «ТРИЗ». Результаты эксплуатации подтверждают высокую экономическую эффективность и надежность модернизированных агрегатов.

Совместно с крупными химическими и нефтехимическими предприятиями Украины и России накоплен огромный практический опыт по диагностике, повышению эффективности и надежности центробежного оборудования, который представлен в целом ряде публикаций, а также в докладах на отраслевых, межотраслевых и международных семинарах и конференциях. Конструкторские разработки защищены патентами.

«ТРИЗ» является учредителем и организатором семинара «Безопасность эксплуатации компрессорного и насосного оборудования», основная цель которого - возобновить традицию ежегодных собраний главных механиков предприятий химической и нефтехимической промышленности.

Нашими постоянными заказчиками являются:

- Одесский припортовый завод;
- концерн «Стирол» г.Горловка;
- ОАО «ДнепрАЗОТ» г.Днепродзержинск;
- НАК «АЗОТ» г.Новомосковск; и другие.

В своей работе «ТРИЗ» применяет современное диагностическое оборудование, располагает мощной компьютерной сетью и пакетами оригинального программного обеспечения для проведения всех видов прочностных, динамических, тепловых, газодинамических и других видов расчетов. Конструкторская документация выполняется с использованием современных графических систем.

Предприятие динамично развивается, постоянно наращивает объемы производства и расширяя собственную производственную базу.