

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



МАТЕРІАЛИ

VII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

15 – 16 жовтня 2019 р.

**ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА
ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ**

Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції 15-16 жовтня 2019 р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2019. – 230 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Редакційна колегія:

Агеєва І.М. - к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. - д.е.н., доц., Купріна Н.М. - к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. - д.е.н., проф., Павлов О.І. - д.е.н., проф., Рогатіна Л.П. - д.е.н., доц., Савенко І.І. - д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., доц., Каламан О.Б. – к.е.н., доц., Мельник Ю.М. – к.е.н., доц.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Одеської національної академії харчових технологій протоколом №2 від 01.10.2019 р.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ЦІНОВИХ СТРАТЕГІЙ НА ПРИКЛАДІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ПЕРША ПРИВАТНА БРОВАРНЯ»

**Агеєва І. М., к.е.н., доцент, Тимчук Ю. М., магістр
Одеська національна академія харчових технологій**

Формування стратегії ціноутворення - один з найбільш значущих аспектів функціонування підприємства у ринковому середовищі.

Стратегія ціноутворення являє собою обґрунтований вибір з кількох можливих варіантів ціни такого, який сприяв би найбільш ефективному вирішенню завдань, що стоять перед підприємством у поточному та довгостроковому періодах.

Аналіз досвіду розробки цінових стратегій в країнах з розвиненими ринковими відносинами свідчить про серйозний підхід до прийняття цінових рішень. Практика показує, що грамотно сформована цінова стратегія є однією із головних складових комерційного успіху фірми, забезпечення її конкурентоздатності.

Успіх і результативність цінової стратегії залежать від того, наскільки правильно з самого початку був організований процес її створення. Для розробників цінової стратегії необхідно складання схем і відповідних тестів.

На першому етапі формування цінової стратегії – при зборі первинної інформації робота ведеться у п'яти напрямках: оцінка витрат, уточнення фінансових цілей фірми, виявлення потенційних покупців, уточнення маркетингової стратегії, виявлення потенційних конкурентів.

Другий етап розробки стратегії – це стратегічний аналіз. Він проводиться також у п'яти напрямках: фінансовий аналіз, сегментний аналіз ринку, аналіз конкуренції, оцінка зовнішніх факторів, оцінка ролі державного регулювання.

На третьому етапі створення здійснюється підготовка проекту цінової стратегії.

Процес розробки дозволяє об'єднати зусилля усіх підрозділів фірми для досягнення ключових цілей – забезпечення конкурентоздатності і умов для виживання. Це можливо при раціональному використанні інформації.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Перша приватна броварня» на українському ринку пивобезалкогольних напоїв вже 15 років і входить в четвірку лідерів пивного ринку України. Продукція компанії представлена в усіх регіонах України, а також експортується майже до десяти країн світу. Асортимент продукції є досить широким і представлений такими торговими марками як «Бочкове», «Закарпатське оригінальне», «Свіжий розлив», «Галицька корона», «Stare misto», «Heineken», «Тетерів», «Oettinger», «Pubst blue ribbon», «Крушовіце», «Авторське», «Чорне», «Безалкогольне», «Перша варка» та інші.

На сьогоднішній день ТОВ «Перша приватна броварня» займає 12,6 % ринку за обсягом продукції і 13,1 % у грошовому вираженні.

Для проведення аналітики щодо конкурентів і уподобань споживачів

компанія використовує не лише власні джерела, а й інформацію від глобальної компанії-вимірювача Nielsen Holdings PLC.

Над створенням цінової стратегії в компанії працюють відділи торгового та бренд маркетингу, фінансовий та відділ планування.

Основним заходом цінової стратегії є проведення цінових активностей. Оскільки ТОВ «Перша приватна броварня» виготовляють продукцію, обсяги продажу якої залежать від сезонності, то основні цінові активності припадають на літній період для максимізації обсягів продажу та зимній, щоб уникнути великих залишків товару на складах та збитку.

Щоб уникнути помилок при проведенні промо відділом торгового маркетингу порівнюються обсяги продажів на період проведення акції та період без акції по кожній товарній одиниці з різним відсотком знижки та розраховується показник uplift щоб зрозуміти покриваються витрати на акцію чи в них немає сенсу. Цей показник розраховується як різниця між прогнозами вірогідності покупки: якщо запропонувати покупцю знижку м якщо не надавати її. За допомогою uplift також допомагаю запланувати і вчасно запропонувати акції та особливі ціни для тих мереж, яким вони вигідні.

Для того, щоб розрахунки показника працювали, в першу чергу потрібно зібрати дані, сформувати групу мереж схожих між собою по ряду показників. Тобто, якщо в одну групу додати національні мережі разом з дрібними, то значення uplift не дасть для компанії достовірної інформації.

Таке прогнозування корисне, перш за все, для великих компаній, які давно існують на ринку і вже мають відповідну базу клієнтів.

Таким чином можна сказати, що правильно розроблена цінова стратегія є засобом управління, який дозволяє формувати обсяги прибутку компанії, на який впливають як внутрішні так і зовнішні фактори.

Література

1. Гайдаєнко Т.А. Маркетинговое управление: Полный курс MBA. - 3-е изд. - М.: Эксмо, 2008. – 467 с. - ISSN 0132-1552
2. Герасименко В.В. Эффективное ценообразование [Текст] : учебное пособие / В.В. Герасименко. - М.: Финстатинформ , 2009. - 387 с. - ISBN 978-5-238-01500-2
3. Модель Uplift: как компании решают давать скидку или нет – Валерий Бабушкин – Режим доступа: www.robo-hunter.com

REFLECTIONS ON THE REGIONAL COMPETITIVENESS IN THE BLACK SEA BASIN-STUDY ON CEREAL MARKET

Voicilas D.M., Assoc.prof.dr., Senior researcher
Romanian Academy-Institute of Agricultural Economics
Certan I., Senior researcher
University of Agronomic Sciences and Veterinary Medicine of Bucharest

Брюшкова Н. О., к.е.н., доцент, Анікієнко Ю. О., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
50. ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНІЗАЦІЯХ ПУБЛІЧНОЇ СФЕРИ	136
Козак К. Б., к.е.н., доцент, Мироненко Б. В., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
51. ПРОБЛЕМЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ	139
Егорова-Гудкова Т.И., к.э.н., доцент, Тихонина Л.С, магістрант, ОНУ ім. І.І.Мечникова, г. Одеса	
52. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ЦІНОВИХ СТРАТЕГІЙ НА ПРИКЛАДІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ПЕРША ПРИВАТНА БРОВАРНЯ»	141
Агєєва І. М., к.е.н., доцент, Тимчук Ю. М., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
53. REFLECTIONS ON THE REGIONAL COMPETITIVENESS IN THE BLACK SEA BASIN-STUDY ON CEREAL MARKET	142
Voicilas D.M., Assoc.prof.dr., Senior researcher, Romanian Academy-Institute of Agricultural Economics, Certan I., Senior researcher, University of Agronomic Sciences and Veterinary Medicine of Bucharest	
54. ALTERNATIVES FOR CASH CROPS IN A SMALL FARM	146
Ion Certan, Dinu Toma Adrian, University of Agronomic Sciences and Veterinary Medicine Bucharest	
55. ФИНАНСОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕСТНЫХ САМОУПРАВЛЕНИЙ ГРУЗИИ	149
Борис Чичинадзе, д.е.н. Лектор Кутаисского (Грузия) Государственного Университета им. Ак. Церетели, Член научного общества экономистов Грузии, Член научного совета журнала „Бизнес и Законодательство”	
56. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ І ІННОВАЦІЇ	151
Лагодієнко В.В., д.е.н., професор, Голодонюк О.М., старший викладач, Мільчева В.В., аспірант, ОНАХТ, м.Одеса	
57. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	154
Гриза А.С., аспірант, ОНАХТ, м.Одеса	
58. PRIORITIES OF CONSUMERS OF EDUCATIONAL SERVICES AT LECTURES AT UNIVERSITIES IN ASIA, EUROPE AND NORTH AMERICA	156
Edgar J. Saucedo Acosta, Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz, Mexico, Srećko Goić, University of Split, Croatia, Marta Latkowska, County College of Morris, USA, Walery Okulicz-Kozaryn, Pedagogical University of Krakow, Poland	
59. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	159
Константинова Т.В., к.е.н., ст.викладач, ОНАХТ, м. Одеса	
60. СТВОРЕННЯ ФОНДУ ПІДТРИМКИ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ, ЯК ОСНОВА ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІКИ	162
Немченко Г.В., асистент, аспірант, ОНАХТ, м. Одеса	
61. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	164
Савченко Т.В., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
62. ВПЛИВ ПОЗИТИВНИХ І НЕГАТИВНИХ НАСЛІДКІВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПСИХОЛОГІЧНУ СТІЙКІСТЬ ЛЮДИНИ	166
Петракова Є. Р., к.п.н., доцент, Черняк Г. А. к.і.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
63. УЧАСТЬ СТУДЕНТСТВА В ПОЛІТИЦІ	168
Мордовець М. В., к.п.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
64. МЕХАНІЗМИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МІСТ І ГРОМАД В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ	171
Лайко О.І., д.е.н., с.н.с., Талпа В.П., Інститут проблем ринку та	

МАТЕРІАЛИ

VII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

15-16 жовтня 2019 р.

ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА

ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

Рекомендовано до видання Вченою Радою Одеської національної академії харчових
технологій протоколом № 2 від 01.10.2019 р.

Підписано до друку 01.10.2019. Формат 60x84/16.

Папір офсетний.

Ум. друк. арк. 13,15.

Тираж 500 екземплярів.

Видавництво «Друк Південь»

Тел.: 0972122975