

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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



МАТЕРІАЛИ

VIII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

15 – 16 жовтня 2020 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 VIII Міжнародної науково-практичної конференції 15-16 жовтня 2020 р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2020. – 280 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:

Агеева 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. – д.е.н., доц.

структури складів-холодильників слід використовувати метод імітаційного моделювання.

Література

1. Агарев Е.М., Момот В.В. Механизация погрузочно-разгрузочных, транспортных и складских работ на холодильниках.- М.: Легкая и пищевая промышленность, 1984.-128с.
2. Жуковский Э.И., Чабаров В.А. Комплексная механизация и автоматизация складского хозяйства. – К.: Техника, 1993. - 120 с.
3. Жуковский Е.И., Чабаров В.О., Шевченко З.І. Розрахунок параметрів функціонування складу-холодильника на мясокомбінаті-К.: Наукові праці за матеріалами конференції Випуск 39 том 1 2011 ОНАХТ.

ОСОБЛИВОСТІ ПІДХОДІВ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Агєєва І.М., доц., к.е.н.

Одеська національна академія харчових технологій

Сьогодні переробні підприємства України здійснюють свою діяльність в умовах жорсткої конкуренції. Для того, щоб підприємство витримало конкуренцію та не дійшло до банкрутства, треба постійно стежити за змінами на ринку, шукати для усунення негативних моментів ефективні сучасні методи, до яких відноситься стратегічне управління. За його допомогою на підприємстві вирішуються такі проблеми, як розширення випуску продукції, оновлення асортименту, розвиток маркетингу, впровадження та використання нової технології, удосконалення структури управління підприємством та інші.

Процес прийняття та виконання стратегічних рішень - центральна ланка стратегічного управління, - ґрунтується на зіставленні власного ресурсного потенціалу з можливостями та загрозами зовнішнього середовища, у якому діє підприємство.

Зокрема, свою увагу до цих питань привертати такі науковці, як: І.Ансофф, Х.Віссема, Б.Карлоф, Д.Козенков, А.Люкшинов, Г.Минцберг, О.Непочатенко, О.Транченко, В. Пастухова, М.Портер, Л.Романюк, О.Ставицький, І.Булеєв, Н.Прокопенко, М.Мельникова, А.Томпсон, Дж.Стрикленд, В.Трайнев, Н.Дьомін, М.Тимошин, В.Чичун, З.Шершньова, Дж.Гігенс, Дж.Пірс, Р.Робінсон, Д.Шендел, К.Гаттен та ін.

Аграрний сектор в Україні та в ЄС представлений сільськогосподарськими й торговими структурами, які здійснюють виробничу та торгівельну діяльність як на внутрішніх так і на зовнішніх ринках. Проте, український аграрний сектор протягом останніх років показав свою слабку конкурентоздатність, що говорить про неефективну державну політику щодо аграрного сектору у цілому.

Досягнення високорозвинених країн в аграрній сфері свідчать про ефективність структури сільського господарства, яка створена і функціонує на засадах приватної власності на землю і засоби виробництва. Узагальнюючи досвід організації аграрного виробництва можна визначити фундамент, на якому будується вся структура аграрного сектору. Це – сімейні ферми, різноманітні сільськогосподарські кооперативи, інтеграція аграрних і агропереробних підприємств.

Зростання обсягів вітчизняного виробництва фруктових наповнювачів в 2017-2018 роках сприяв витісненню з внутрішнього ринку України відповідної імпоротної продукції та збільшення експортних поставок. Найбільш перспективним напрямком експорту в даний час є європейський, а саме Німеччина, Франція і Швеція. Перші дві країни є найбільшими виробниками йогуртів, яким потрібні великі обсяги наповнювачів, в тому числі імпортні. У Швеції останнім часом набирає популярність вегетаріанство, тому там збільшується випуск соєвих йогуртів, яким також необхідні фруктові наповнювачі. До того ж, природно-кліматичні умови Швеції не дозволяють вирощувати в достатніх кількостях власну плодово-ягідну продукцію.

На американському ринку зросла популярність українського концентрату. Це пояснюється частковим уходом з нього Китаю через збільшення податкових мит та внутрішні проблеми із виробництвом. Американські виробники соку були змушені шукати альтернативні канали постачання сировини, одним із яких і стала Україна.

Загалом, з серпня Україна вже відвантажила на зовнішні ринки 60,5 тис. тонн концентрату.

Глобальний ринок концентрату демонструє тенденцію до зниження і наша країна – не виключення. За даними експертів, взагалі впродовж п'яти років України знизила експорт концентрату з яблук на 24%. Головна причина – відновлений сік, в тому числі і яблучний, перестає користуватися популярністю. Споживачі все частіше надають перевагу сокам NFC (not from concentrate), а також альтернативним корисним напоям - овочеві соки, смузі, питні йогурти тощо. Відновлений сік з яблучного концентрату перестав вважатися здоровим продуктом. І навіть більше того, перейшов в категорію газованих солодких напоїв тому, що там багато цукру. Він зазвичай споживається в країнах з невисоким рівнем доходів, а в багатьох його продають тільки в дешевому сегменті. Відповідно, необхідний лише недорогий концентрат, якість якого не має особливого значення, а для такого концентрату потрібно дешеву сировину.

За останні роки споживання напоїв на одну людину в Європі зросло. Світовий ринок практично розділили між собою вісім країн із найбільшим споживанням: Японія (48,1%), США (24,0%), Великобританія (10,5%), Німеччина (8,4%), Іспанія (4,4%), Польща (2,5%), Італія (1,2%), Франція (0,9%).

За даними компанії «Тетра пак Україна», нині в країні середній показник споживання соку на душу населення становить 12л на рік, що в чотири рази менше, ніж у Німеччині, у три рази менше, ніж у Франції, та в два рази менше, ніж у Росії, Польщі та Словенії.

Керівництво повинно використовувати таку організаційну структуру управління конкурентоздатністю, яка була б здатною ефективно пристосуватись до мінливих, особливо на зовнішньому ринку, умов господарювання, щоб по можливості швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища та ситуації, пов'язані з ризиком як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках.

Конкурентний потенціал підприємства включає в себе ресурсний, економічний, управлінський, організаційний, інноваційний, інвестиційний, виробничий, технологічний потенціали.

Поряд з поняттям «конкурентний потенціал підприємства» ми пропонуємо визначити дефініцію «стратегічний потенціал конкурентоспроможності підприємства»: це інтегрований відкритий комплекс системних елементів, що характеризується сукупністю виробничих ресурсів та резервів, методів, способів, напрямів їх використання та джерел поповнення, системою цілеутворення, організаційно-економічним механізмом підприємства, а також можливістю адаптації економічної системи до умов зовнішнього середовища, і забезпечує досягнення синергічного ефекту від реалізації поточних, стратегічних цілей, місії підприємства та формування стратегічної конкурентоспроможності.

Наявність та ступінь використання стратегічного потенціалу конкурентоспроможності підприємства визначає ефективність системи управління конкурентоспроможністю.

Швидкому розвитку плодопереробної галуззі сприяє наявність сировинної бази. Поділля є одним із найрозвинутіших осередків садівництва, більше всього воно славилось виробництвом сухофруктів. Ця продукція вже тоді мала вихід на європейський ринок. Та зараз Вінниця має потужний ресурсний потенціал із виробництва ягід, плодів та овочів.

Формування процесів, що забезпечують конкурентоспроможність в довгостроковій перспективі, викликає необхідність розробки моделі формування та реалізації стратегії, яка має комплексний, скоординований підхід до розробки стратегії з урахуванням можливостей, умов бізнес-середовища, конкурентоспроможності продукції.

Лідерами серед плодопереробних підприємств у Вінницькій області вже багато років залишаються ТОВ «Агрона Фрут Україна», ТОВ «Пфаннер-Бар» та ПрАТ «Вінницький завод фруктових концентратів та вин». В роботі проведено стратегічний конкурентний аналіз та визначені основні стратегічні напрямки розвитку плодопереробних підприємств.

Література

1. Статистичний щорічник «Україна у цифрах у 2019 році» [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/08/Ukr_cifra_2017_u.pdf

2. Статистична інформація щодо основних показників соціально— економічного, демографічного розвитку України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: < <http://kiev.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=255&lang=1> >

3. Основні тенденції ринку натуральних продуктів та їх привабливість для експансії української продукції [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://bses.in.ua/journals/2016/9-2-2016/5.pdf>.

4. Перспективи інноваційного розвитку консервного виробництва в Україні [Електронний ресурс] // УДК – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/95428/17-%D0%86vanchenkov.pdf?sequence=1>

ТЕОРІЯ ОБМЕЖЕНЬ: АСПЕКТ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

**Купріна Н.М., к.е.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій**

Розвиток економіки країни та її конкурентоспроможність неможлива без ефективно функціонуючих та конкурентоспроможних її суб'єктів, до яких відноситься й така важлива і стратегічна галузь, як харчова промисловість. Тому важливим є ефективні методи та інструменти забезпечення конкурентоспроможності, важливою складовою яких є її оцінювання з урахуванням впливу факторів та обмежень.

Ельяху Голдрат – ізраїльський фізик наприкінці 20 століття розробив теорію обмежень (ТОС), яка інтересує вчених різних галузей науки й на теперішній час. Так, на думку С. Голова [1, с. 40], ТОС «кидає виклик теорії наукового менеджменту та ставить під сумнів доречність традиційного управлінського обліку, що ґрунтується на обліку витрат», в «у підручниках і навчальних курсах з управлінського обліку ТОС зазвичай розглядають як один із методів аналізу для прийняття поточних рішень, у спеціальній літературі [1; тривають дискусії прихильників і опонентів ТОС та вітчизняні автори, за рідким винятком, взагалі не приділяють увагу управлінському обліку на основі ТОС незважаючи на можливість ознайомлення з перекладом зарубіжних видань». На думку вченого, саме вплив ТОС не тільки на систему наукового менеджменту, але й на систему бухгалтерського обліку є досить перспективним напрямом наукових досліджень.

Так, розроблена теорія обмежень (Theory of Constraints) являє собою теорію управління, яка ґрунтується на припущенні, що кожне підприємство має принаймні одне обмеження, що впливає на отримання прибутку та заважає заробляти грошові кошти, та обмеженнями можуть бути й вважається процес, потужність, попит тощо і перешкоджає йому в досягненні його мети, а саме продуктивністю (throughput) вважається швидкість генерування грошових коштів. На думку С. Голова, оригінальний термін «throughput» в ТОС перекладають як: «прохід» або «пропускну здатність», або «продуктивність». Тому ТОС базується на аналізі та управлінні обмеженнями, які необхідно

	Седіков Д. В. , аспірант, НАХТ, м. Одеса	
70	ОСОБЛИВОСТІ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СТАРТАП-КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ	197
	Седікова І. О. д.е.н., професор, Коренман Є. М., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса	
71	НОРМАТИВНЕ ПІДґРУНТЯ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	201
	Седікова І. О. д.е.н., професор, Ступницька М. І., магістр, ОНАХТ, м. Одеса	
72	ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В СИСТЕМІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ	203
	Удовиця О.Ф., к.пед.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
73	ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ	206
	Чабаров В.О., к.т.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
74	ОСОБЛИВОСТІ ПІДХОДІВ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	209
	Агеева І.М., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
75	ТЕОРІЯ ОБМЕЖЕНЬ: АСПЕКТ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	212
	Купріна Н.М., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
76	СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	214
	Агеева І.М., к.е.н., доцент, Русецька А.О., студентка, Севастьянов В.В., студент, ОНАХТ, м. Одеса	
77	ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	217
	Лагодієнко В.В., д.е.н., професор, Голодонюк О.М., ст. викладач, Мільчева В.В, викладач стажист, ОНАХТ, м. Одеса	
78	АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ АКТИВНОСТІ БРЕНДІВ ЯНТАРНОГО ВИНА НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ	219
	Брайко М.Г., ст. викладач, Глущенко І.В, магістр, ОНАХТ, м. Одеса	
79	КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПРОВІДНИХ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	222
	Голубьонкова О.О., к.е.н., доцент, Марющенко К.С., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
80	СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРА: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ	225
	Бахчиванжи Л.А., к.е.н, доцент, Євтушок О.В., к.е.н., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса	
81	РЕКЛАМА В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	227
	Донець Л.Я., к.т.н., доцент, Ніколюк О.В., д.е.н., професор, ОНАХТ, м. Одеса	
82	СУТНІСТЬ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ У АГРОПРОМИСЛОВІЙ СФЕРІ	229
	Значек Р.Р., к.т.н., ст. викладач, Ковалів І.О., асистент, ОНАХТ, м. Одеса	
83	ОСОБЛИВОСТІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ	231
	Значек Р.Р., к.т.н., ст. викладач, Мардар М.Р., д.т.н., професор, ОНАХТ, м. Одеса	
84	КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ	233
	Мільчева В.В., викладач-стажист, Бондарчук Д.О., студентка, ОНАХТ, м. Одеса	
85	СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ	235
	Соколюк К.Ю., к.е.н., старший викладач, Мунтян І.В., к.с.н., старший викладач ОНАХТ, м. Одеса	
86	МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ТИХИХ ВИН В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	237
	Лозовська Г.М., к.е.н., доцент, Статєва М.С., асистент, ОНАХТ, м. Одеса	
87	ОСНОВНІ ЗАСОБИ ПІДПРИЄМСТВА: АСПЕКТИ СУТНОСТІ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ	240