

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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



МАТЕРІАЛИ

**ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
19 – 20 ЖОВТНЯ 2021 р.**

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

м. Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції 19-20 жовтня 2021 року. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2021. – 369 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ 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.

Науковий редактор Мельник Ю.М. - д-р екон. наук, професор, директор ННПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНАХТ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Купріна Н.М. – д.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Савенко І.І. – д.е.н., проф., Іванченкова Л.В. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Неустроєв Ю.Г. – к.е.н., доц.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

185-202.

6. Виханский О. С. Стратегічне управління: підручник. М.: Гардарики, 2003. 150 с.

7. Герасимов Б. І. Моделювання організаційної структури промислового підприємства. М.: Гардарики, 2005. 356 с.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА: ІСТОРИЧНИХ АСПЕКТ

Седікова І. О., д.е.н., професор

Мандрикін Д. В., асистент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

В сучасних умовах фундаментом виживання і безперервного розвитку підприємства в умовах жорсткої конкуренції є формування конкурентних переваг, які лежать в основі його результативного функціонування та розвитку підприємства. Саме на пошук стійких конкурентних переваг було направлено увагу представників школи стратегічного управління підприємствами з середини 50-х років ХХ ст.

Очевидно, що визначення сучасних джерел конкурентних переваг підприємства неможливо без дослідження генези підходів до формування цих переваг і досягнення кожного з них, які свого часу визначили ключові напрями розвитку підприємств усього світу. Основними з таких підходів вважалися теорія конкуренції, теорія конкурентних переваг М. Портера, школа стратегічного планування та ресурсна теорія.

Науковою базою формування конкурентних переваг є методологічні підходи, сформовані в рамках теорії конкуренції.

Найбільш значний внесок у вивчення конкуренції внесли представники класичної політекономії. Вони під час багаторічних досліджень підтримували принципи досконалої конкуренції, в рамках якої головним координуючим елементом ринку є цінова система в абсолютно децентралізованій економіці. Прихильники неокласичної політекономії, намагаючись повніше розкрити економічні механізми функціонування ринку, створили адекватні реальній дійсності моделі чистої, монополістичної, олігополістичної конкуренції і чистої монополії.

Ґрунтуючись на створеному методологічному фундаменті, сучасна економічна наука збагатила теорію дослідженнями в області конкурентоспроможності продуктів, підприємств, компаній, галузей, державного регулювання конкурентних відносин, завоювання нових географічних ринків, глобальної конкуренції, знання і практичний досвід свідчать про об'єктивність відносин суперництва на ринку, які існують

незалежно від цілей і намірів суб'єктів ринку. У той же час форми і інтенсивність взаємодії можуть бути різними і визначаються політичними і соціально-економічними процесами, що відбуваються в суспільстві [1-2]. Постулати теорії конкуренції становлять основу конкурентного аналізу та стратегічного планування, які були провідними теоріями стратегічного управління підприємствами того часу.

Активний розвиток теорій стратегічного управління підприємствами [3-5] відбувається починаючи з 50-х років минулого століття. Низькі темпи зміни середовища, а також доступ до хаотично розподілених факторів виробництва зумовили необхідність аналізу зовнішнього середовища, прогнозування траєкторій його зміни. В таких умовах розвинулася так звана «школа планування». Вона використовувала складний розрахунково-аналітичний апарат довгострокового прогнозування та планування з метою розробки такої стратегії, яка дозволила б підприємству досягти максимальної відповідності внутрішніх параметрів змінним зовнішнього середовища і таким чином отримати конкурентну перевагу [6].

Неспроможність і недостатня ефективність стратегічного планування в умовах динамічного розвитку зовнішнього середовища вимагають принципово нових підходів до стратегічного управління підприємствами. Широка доступність ресурсів унеможливила формування конкурентних переваг тільки на основі експлуатації зовнішніх умов бізнесу. Посилення взаємопроникнення та взаємозалежності економік розвинених країн і країн, що розвиваються, поглиблення міжнародної спеціалізації праці, розподілу виробничо-технологічних ланцюжків і, як наслідок, створення глобального механізму формування споживчої вартості призводять до зрівнювання витрат на виробництво в глобальному масштабі. Глобалізація ринку праці також унеможливорює створення конкурентних переваг тільки завдяки різниці у витратах деяких країн.

Моніторинг зовнішнього середовища, необхідний для складання стратегічних планів на основі методологій розпорядження, рефлексії та конкурентного позиціонування, значно ускладнився - підприємства, які працюють на аналогічних, суміжних і навіть на різних ринках, що мають або не мають подібний досвід, можуть і повинні розглядатися як потенційні конкуренти. Ідеологія аналізу навколишнього середовища, конкурентів, прогнозування ринкової кон'юнктури на основі отриманих даних побудови підприємства для отримання комерційного ефекту від використання можливостей остаточно втрачає свою актуальність.

У зв'язку з цим все частіше в пошуках конкурентної переваги підприємства вчені і практики [7] аналізують чинники внутрішнього середовища, прагнучи ідентифікувати ті здібності, навколо яких можна буде побудувати бізнес-простір. Моделі такого аналізу і планування вже більше 10

років вивчаються школою ресурсів, здібностей і компетенцій, представниками якої є І. Ансофф, П. Селзник, Х. Стівенсон, Х. Ітамі, Р. Хайес і ін.

Одними з сучасних підходів до формування конкурентних переваг підприємств стали ресурсний підхід і теорія ключових компетенцій Г. Хаміла і К. Прахалада. У 1994 р. Г. Хамел і К. Прахалад опублікували працю «Competing for the Future» [8], яка стала початком нової ери в розумінні джерел конкурентних переваг. Автори починають свою книгу з питання: «Чому традиційна теорія стратегії не відповідає реальності?».

Після публікації у 1990 р. статті Г. Хамела і К. Прахалада «Ключова компетенція корпорації», в якій підприємство було представлено як набір здібностей і компетенцій, а не бізнес-одиниць, наукові та ділові кола активізувалися [9]. Автори зробили висновок, що джерела стійких конкурентних переваг полягають не стільки у вдалим інвестиціях в привабливий бізнес, скільки в умінні менеджменту консолідувати розосереджені по підприємству технології і виробничі можливості в компетенції (наприклад, управління якістю, мініатюризація, системна інтеграція), які наділяють окремі підприємства потенціалом швидкої адаптації до мінливих ринкових умов. Роботи Г. Хамела і К. Прахалада (особливо «Конкуруючи за майбутнє» та «На чолі революції в бізнесі» [10]) не тільки популяризували ресурсний підхід у стратегічному управлінні підприємствами, а й показали неефективність деяких традиційних концепцій стратегічного управління.

Логіка формування конкурентних переваг базується на еволюційній трансформації змістовних складових терміну «конкурентні переваги».

Аналізуючи еволюцію підходів до вивчення сутності конкурентних переваг, а також спеціальну літературу з даної проблематики [11], можна зробити висновок, що ключовими категоріями конкурентних переваг (основними джерелами) виступали:

- з XVIII ст. до сер. XX ст. - витрати (А. Сміт, Д. Рікардо, Д. Мілль, А. Маршалл), масштаб виробництва (А. Маршалл), фактори виробництва (Е. Хекшер, Б. Олін), вимоги конкурентного середовища (А. Алчінян, Г. Демсче, Т. Егтерсон), підприємницькі здібності (І. Кірцнер);

- з XX ст. - людський фактор (П. Друкер), ефективність використання ресурсів (М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен, А. Ойхер), інтелектуальний потенціал (Ж. Вальтер, К. Траболт, Д. Мур), ступінь конкурентоспроможності (А. Брандербургер, А. Ойхер).

Багато в чому логіка формування конкурентних переваг виходить з тих категорій, які будуть покладені в їх основу і дозволять зосередитися на функціональності діяльності підприємства, визначенні того, якими цінностями і ресурсами воно володіє.

Таким чином, дослідження еволюції і визначення логіки формування

конкурентних переваг підприємства дозволяє стверджувати, що деякі з цих підходів втратили актуальність в умовах конкуренції ХХІ ст. Це стосується, зокрема, однієї з важливих проблем стратегічного менеджменту підприємства - формування його конкурентних переваг, а саме визначення порівняльної важливості внутрішніх і зовнішніх (щодо підприємства) джерел конкурентних переваг.

Ситуація, що склалася вимагає застосування та адаптації такого підходу до вивчення (формування) конкурентних переваг, який дозволить гармонійно поєднувати здатності і ресурси підприємства, які формують ключові його компетенції, призводять до створення споживчої цінності товарів і послуг і визначають унікальність підприємства в конкурентному середовищі.

Загострення конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках змушує підприємства шукати нові джерела і способи отримання конкурентних переваг, які визначають позиції підприємств в конкурентному середовищі. Поступовий перехід до постіндустріального суспільства ставить нові завдання розвитку підприємств, пов'язані з пошуком нових джерел стійких конкурентних переваг підприємства, які засновані не на матеріальних ресурсах або витратах, а відносяться до внутрішнього потенціалу підприємства і зумовлюють його конкурентоспроможність в мінливому ринковому середовищі.

Незважаючи на актуальність вищесказаного, в економічній літературі існує багато думок щодо сутності конкурентних переваг, їх значимості для розвитку підприємства, взаємозв'язки і взаємозумовленості. Так, Ж.-Ж. Ламбен відносить до конкурентних переваг «... ті характеристики, властивості товару або марки, які створюють для підприємства певну перевагу перед своїми прямими конкурентами. Перевага є відносною, обумовленою в порівнянні з конкурентом, що займає найкращу позицію на ринку чи в сегменті ринку» [12].

Отже, стійку конкурентну перевагу підприємства можна тлумачити як «... результат раціонального поєднання унікальних ресурсів і можливостей, що представляють цінність, які вкрай обмежені і важко відтворювані (повторювані). Конкурентні переваги, сформовані підприємством, обумовлюють його унікальність в конкурентному середовищі і є запорукою конкурентоспроможності на ринку» [13].

Р. Холл вважає, що конкурентні переваги полягають в здатності підприємства «... послідовно і краще, ніж конкуренти, виробляти товар (і/або вдосконалювати систему збуту) з атрибутами, які є ключовими критеріями покупки для більшості споживачів на цільовому ринку» [47].

Як показав огляд наукової літератури [14-16], вчені поділяють конкурентні переваги і можливості підприємства, що представляє інтерес в рамках даного дослідження. Слід підкреслити, що конкурентні переваги, на

відміну від здібностей, є об'єктивним фактом, який очевидний в першу чергу для споживачів і регулярно знаходить своє відображення в економічних результатах діяльності. Звідси впливає логіка формування конкурентних переваг цінності для діяльності підприємства. Наприклад, Р. А. Фатхутдінов під конкурентною перевагою розуміє наявність ексклюзивної цінності, яка властива підприємству і призводить до його переваги над конкурентами [17].

Заслуговує на увагу і являє подальший інтерес в рамках даного дослідження позиція Г. Хамела і К. Прахалада, підтримувана багатьма вченими [18]. Автори правомірно вважають, що в довгостроковій перспективі конкурентні переваги підприємства засновуються на здатності створювати з більш низькими витратами і швидше, ніж конкуренти, ключові компетенції, на базі яких створюються непередбачені раніше продукти [19].

В результаті аналізу наукових робіт, в яких розглядається сутність конкурентних переваг підприємства [20], встановлено, що:

- конкурентні переваги виступають характерними відмінними особливостями підприємства, властивими йому на відміну від конкурентів;
- конкурентні переваги формуються в процесі діяльності підприємства в цілому і створення споживчої цінності товарів, робіт, послуг;
- розвиток конкурентних переваг призводить до формування унікальності підприємства в конкурентному середовищі;
- конкурентні переваги можуть бути виміряні і зіставлені через призму економічних показників (дохід, прибуток і ін.).

Вищесказане дозволяє уточнити, що конкурентні переваги підприємства необхідно розглядати як здатність створювати більш високу і впізнавану споживчу цінність в порівнянні з конкурентами, що виникає завдяки динаміці ключових здібностей підприємства, яка характеризується унікальністю в конкурентному середовищі і призводить до зростання економічних показників.

Таким чином, основними властивостями конкурентних переваг підприємств є:

1) відносність - конкурентні переваги завжди відносні складу конкурентів в конкурентному середовищі (галузевого або географічного), оскільки припускають порівняння результатів діяльності підприємства з діяльністю конкурентів;

2) унікальність - формування конкурентних переваг часто обумовлено використанням рідкісних ресурсів і організаційних можливостей, які одночасно не можуть бути реалізовані іншими підприємствами конкурентами;

3) стійкість - перейняти або адаптувати конкурентні переваги певного підприємства під специфіку діяльності іншого є неможливим або складним процесом.

Іншими словами, конкурентні переваги дозволяють створювати

впізнавані споживачами ключові атрибути підприємства (товарів, робіт, послуг), що визначають унікальність споживчої вартості в конкурентному середовищі. При цьому необхідно розуміти, що така унікальність може створюватися як всередині підприємства, так і поза ним, оскільки схильна до дії джерел і чинників, що впливають на формування конкурентних переваг.

Література

1. Портер М. Міжнародна конкуренція: пров. з англ.; под.ред. В.Д. Щетиніна. М: МО, 1993. 896 с.
2. Katz D. Cases and Concepts in Corporate Strategy. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 2000. - 198 p. - 143 p.
3. Smith G. D., Arnold D. R., Bizzell B. C., Smith G. D. Business Strategy and Policy. Boston, Ma.: Houghton Mifflin, 1988.
4. Аакер Д. Створення сильних брендів. М.: ВБ Гребеникова, 2003. 440 с.
8. Кондратюків С. В., Стаурскій Е. С. Основні підходи до визначення та аналізу конкурентоспроможності організацій на ринку послуг. ОНВ. 2012. № 2 (106). С.78-82.
9. Газізуллін Н. Ф., Нурулліна А. Х. Конкурентоспроможність економіки: комплексний підхід. Проблеми сучасної економіки. 2010. № 2. С. 532-534.
10. Саліта С. В., Саліта С. В., Куценко Н. А. Теоретичні та прикладні аспекти маркетингу і менеджменту Використання інструментів маркетингу для захисту товаровиробників: монографія. Л.: Видавництво «Ноулідж», 2015. Гл. 5.2. С. 206-232.
11. Портер М. Конкуренція: навч.посібник; пер.з англ. М.:ВД«Вільямс», 2000. 495 с.
12. Друкер П. Енциклопедія менеджменту. М.:ВД «Вільямс», 2004. 432 с.
13. Іванов Ю. Б. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка, діагностика, стратегія. Харків.: ХНЕУ, 2004. 255 с.
14. Друкер П. Ефективне управління. Економічні завдання і оптимальні рішення; пер. з англ. М.: ФАР-ПРЕСС, 1998. 228 с.
15. Prahalad C. K., Hamel G. The core competence of the corporation. Harvard Business Review, Vol. 68. 1990. P. 43-50
16. Прахалад К., Хамел Г. Конкуруючи за майбутнє. Створення ринків завтрашнього дня. пер. з англ. М.: ЗАТ «Олімп-Бізнес», 2002. 288 с.
17. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів. М.:Ексмо, 2007. 960 с.
18. Маршалл А. Принципи економічної науки: в 3-х томах; ред. О. Радинова. Вид. група «Прогрес», «Універс», 1999. 496 с.
19. Малярчук О. Г. Принципи формування конкурентних переваг в

індустрії гостинності. АНІ: економіка і управління. 2018. № 2 (23). С. 93-96.

20. Егертссон Т. Економічна поведінка та інститути; пер. з англ. Я. Каждана; науч. ред. пер. А.Н. Нестеренко. М.: Справа ЛТД, 2001. 408 с.

ДЕМОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ГРУЗИИ В УСЛОВИЯХ КОВИДПАНДЕМИИ

Чичинадзе Б. Д., д.э.н., доцент

Кутаисский государственный университет им. Ак. Церетели, г. Кутаиси, Грузия

После приобретения независимости (1991) в Грузии значительно ухудшилось демографическое положение. По сей день количество населения Грузии уменьшилось на 1,7 млн в сравнении с численностью населения при принятии независимости. Резко ухудшились макроэкономические параметры из-за создавшегося демографического положения. Снижился реальный валовой продукт, упало производство, возросла безработица, обесценилась национальная валюта –лари. Демографическое положение еще больше ухудшилось в условиях мировой пандемии. увеличилось количество умерших от коронавируса. Так как пока еще не известно, когда закончится пандемия, трудно прогнозировать ее последствия.

Исходя из того, что пока неизвестно когда закончится всемирная пандемия и поэтому невозможно определить размер экономического ущерба, нанесенного вследствие пандемии. Должны быть использованы все ресурсы (природные, финансовые, интеллектуальные, научные) с целью улучшения социально-экономического положения граждан.

С целью скорейшего искоренения развившихся негативных процессов вследствие ковидпандемии, необходимо снабдить население информацией о проведении антикризисных мероприятий на центральном, региональном и муниципальном уровнях.

Создавшееся в Грузии положение вследствие ковидпандемии действительно неординарно и соответственно ответные действия тоже должны быть неординарными.

Правительство обязано вместе с Академией Наук Грузии разработать и провести на практике такую демографическую политику, которая быстро изменит создавший отрицательный фон и значительно улучшит демографическое положение Грузии.

Ключевые слова: Демографическое положение, рост смертности, снижение рождаемости, рост безработицы, снижение сектора производства, продовольственная безопасность, план стратегического развития.

Ксения Тарасова, ГУО “Средняя школа № 29 г. Гомеля”, Беларусь; Walery Okulicz-Kozaryn (научный консультант), Wyższa Szkoła Biznesu – National Louis University, Poland

- ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МАРКЕТИНГУ І АУДИТУ ПЕРСОНАЛУ У КАДРОВУ СТРАТЕГІЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРА 151
46. Бахчиванжи Л.А., к.е.н., доцент; Євтушок О.В., к.е.н., ст. викладач; Значек Р.Р., к.т.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- PR-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ПРОСУВАННЯ 154
47. Значек Р.Р., к.т.н., доцент; Бахчиванжи Л.А., к.е.н., доцент; Євтушок О.В., к.е.н., ст. викладач. ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА 156
48. Значек Р.Р., к.т.н., доцент; Мардар М.Р., д.т.н., професор; Лозовська Г.М., к.е.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- СЕГМЕНТУВАННЯ АУДИТОРІЇ ЗА МЕТОДИКАМИ 5W ТА КНАМАТРИХ 158
49. Голодонюк О.М., ст. викладач; Мільчева В.В., PhD, ст. викладач. ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РИСКОВ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ
50. Пармакли Д.М. доктор хабилитат э. н., професор, Комратский государственный университет, Республика Молдова; Бахчиванжи Л.А., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна; Кулакова М.Ю., соискатель степени PhD, Одесский государственный аграрный университет, м. Одеса, Україна
- СОСТОЯНИЕ И ОБОСНОВАНИЕ РЕЗЕРВОВ РОСТА ПРОДУКЦИИ ПТИЦЕВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА 162
51. Пармакли Д.М., доктор хабилитат экономических наук, професор; Кара А.Д., докторантка. Комратский государственный университет, Республика Молдова
- ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 164
52. Соколюк К.Ю., к.е.н., доцент; Донець Л.Я., к.т.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна. Волобуєва Т.В., к.т.н., доцент, Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса, Україна
- МОДЕЛЬ ДОСЯГНЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ПІДСИСТЕМИ ЗБУТУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ 170
53. Савченко Т.В., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ СТРУКТУР: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ 172
54. Лагодієнко В. В., д.е.н., професор; Каламан О. Б., д.е.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна
55. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА: 177

ІСТОРИЧНИХ АСПЕКТ

Седікова І. О., д.е.н., професор; Мандрикін Д. В., асистент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна

ДЕМОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ГРУЗИИ В УСЛОВИЯХ КОВИДПАНДЕМИИ

56. Чичинадзе Борис, д.э.н, Кутаисский Государственный Университет им. Ак. Церетели, г. Кутаиси, Грузия 183

СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИКА ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ ЗА НЕТОВАРНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ

57. Немченко В.В., д.е.н., професор; Галаган І.В., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна 184

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРАЦІ ТА ЇЇ ОПЛАТИ

58. Ощепков О.П., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна 188

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ВИБУТТЯ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

59. Васьковська К.О., к.е.н., доцент; Космачевська Е.В., магістрант, Орлова А.Ю., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна 191

ОСНОВНІ ІНДИКАТОРИ ФІНАНСОВОЇ ВРАЗЛИВОСТІ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ

60. Тарасова О.В., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна 194

ЕКОЛОГІЧНІ ПРИНЦИПИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

61. Немченко В.В., д.е.н., професор; Єдлічка Є.А., ОНАХТ, м. Одеса, Україна 197

СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИКА ОБЛІКУ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

62. Мельник Ю.М., д.е.н., професор; Сарієва Г.І, бакалавр, ОНАХТ, м. Одеса, Україна 199

ОЦІНКА СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

63. Мельник Ю.М., д.е.н., професор; Щегульцова А.О, магістрант, ОНАХТ, м. Одеса, Україна 202

АКТУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

64. Євтушевська О.О., к.е.н., доцент; Андрєєва М.В., бакалавр. ОНАХТ, м. Одеса, Україна 208

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПРОСТОРУ

65. Маркова Т.Д., к.е.н., доцент; Пчелянська Г.Б., старший викладач; Домброван Я.Ю., бакалавр. ОНАХТ, м. Одеса, Україна 213

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ, РОЗВИТОК ТА СФЕРИ ЗАСТОСУВАННЯ

66. Іванченкова Л.В., д.е.н., професорка; Хутак Артур Шир Ага, аспірант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна 215