

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА:
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

МАТЕРІАЛИ
П'ЯТОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

ОДЕСА-2016

УДК 334.716 (043.2)

ББК 65.29

Економіка підприємства : сучасні проблеми теорії та практики :
Матеріали п'ятої міжнар. наук.-практ. конф., 15-16 вересня 2016 р.
– Одеса, Атлант, 2016. – 426 с.

Для студентів економічних спеціальностей, викладачів,
аспірантів і докторантів вищих навчальних закладів, працівників
управлінської діяльності підприємств та організацій

Укладач:

- доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і
техніки України, завідувач кафедри економіки підприємства
ОНЕУ Янковий О.Г.

Матеріали конференції публікуються в авторській редакції з
незначною загальною правкою укладача

ISBN 978-966-2361-93-3

© Одеський національний
економічний університет. 2016

Меглей В. І.	Екологізація функціонування аграрних підприємств	161
Оксенюк С. Г.	Вдосконалення кластерної політики як умова економічної безпеки держави	163
Паньков О. Б.	Особливості підвищення ефективності функціонування механізму інвестиційної діяльності підприємства	165
Репушевская Ю. О.	Прогнозирование инвестиционных возможностей рекапитализации машиностроительных предприятий	167
Салавеліс Д. Є.	Трансформаційний вектор сталого розвитку Group Buzzi Unicem	169
Сугак Т. О.	Управлінські інновації організації системи бухгалтерського обліку в інформаційно-аналітичному забезпеченні економічної безпеки підприємства	171

3. Стратегія розвитку підприємства

Купінець Л. Є.	Екологоорієнтована стратегія розвитку підприємств	173
Довбня С. Б. Разгоняєва Т. М.	Методичні особливості оцінки фінансової стійкості підприємства	175
Довбня С. Б. Чабанец Т. М.	Обґрунтування системи ключових показників декомпозиції операційної стратегії підприємства	177
Кузнецова І. О. Кюне О. О.	Стратегія економічної безпеки: підходи до формування	179
Россоха В. В. Шарапа О. М.	Роль Інтернет-маркетингу в аграрному бізнесі	181
Баранник Л. Б. Костенко Е. А.	Социальный пакет как элемент стратегии развития предприятия	183
Войтко С. В. Воронкова І. Ю.	Інтегровані об'єднання як засіб підвищення рівня економічної стійкості підприємств	185
Павлов О. І.	Адаптація в системі стратегії розвитку підприємства	187
Шалімова Н. С.	Проблеми ідентифікації інформаційних потреб користувачів результатами аудиту	189
Басюркіна Н. Й.	Стратегічні аспекти розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні	191
Меліх О. О. Меліх Т. Г.	Сімейні підприємства як інструмент стратегічного управління у харчовій промисловості	193
Бабій О. М.	Публічне розміщення акцій (ІРО) як інструмент підвищення капіталізації бізнесу	195

Меліх О. О.
д.е.н., доцент,
Меліх Т. Г.
здобувач

Одеська національна академія харчових технологій (Україна)

СІМЕЙНІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВOSTІ

Сучасна українська сім'я характеризується значними структурними та якісними трансформаціями, що спричиняють зміну її функціонування як системи. Актуальність досліджень української ділової сімейної проблематики зумовлена загальною кризою сім'ї, яку відзначають психологи, соціологи, демографи, економісти.

Сьогодні в Україні окрім відсутності врегульованих правових норм щодо існування сімейного бізнесу і сімейних підприємств спостерігається значний занепад інституту сім'ї. Це підкреслюється наступним [1]:

- середній розмір домогосподарства України у динаміці знизився з 2,77 у 1999 році до 2,59 осіб у 2015 році осіб, тобто у більшості регіонів України домогосподарства мають у своєму складі двох осіб;
- у Чернігівській, Миколаївській, Луганській, Чернівецькій, Дніпропетровській областях, Київській, Житомирській, Харківській та Хмельницькій областях від 16 % до 12 % домогосподарств з дітьми мають у своєму складі лише одну дорослу особу;
- серед усіх домогосподарств 62 % складаються лише з дорослих осіб.

На відміну від цієї ситуації, приклади започаткування сімейного бізнесу в країнах Європейського Союзу (ЄС) більш 200 років тому чітко виокремлюють

позитивні і негативні риси сімейних підприємств з переважанням перших. Сталість в показниках якості і терміновості логістики спостерігається в сімейному агропромисловому бізнесі. Тому характерною особливістю розвитку фермерства, торгівлі і переробки продовольства в цих країнах є формування і підтримка сімейної ферми, сімейних переробних і виробничих підприємств: сім'я Марса і Mars, Snickers, M&M's, Milky Way; сім'я Філіпіни де Ротшільд і Chateau Mouton Rothschild; сім'я Бернара Арно і Hennessy, Moet et Chandon, Dom Perignon; сім'я Мюльє і Auchan та багато інших прикладів успішного бізнесу [2].

Якість праці, висока соціальна відповідальність, зацікавленість у результаті спільної праці – це майбутнє для сімейних фермерських та переробних підприємств. Тому, на нашу думку, саме сімейні підприємства для харчового бізнесу в цілому – це сучасний стратегічний інструмент.

Відомо, що найтісніший зв'язок у харчовій промисловості є з сільським господарством. У країнах ЄС основними виробниками сільськогосподарської продукції є фермерські господарства. Важливим джерелом підтримки і стимулювання цієї галузі являються субсидії ЄС. Більш аграрно привабливою є та чи інша місцевість, де розвиненішою є система зв'язку з містом переробки чи значного споживання. Тому більшою частиною країн особлива увага приділяється розвитку інфраструктури віддалених міст та сіл. В наслідок цього переробники чи харчовий бізнес, а також підприємства громадського харчування схильні підтримувати фермерів з постійними показниками якості продовольства і оптимальними строками поставки сировини і враховують це в ціновій політиці підприємств.

Підвищенню економічних успіхів в агропромисловій сфері України сприяє внесення змін до Закону України "Про фермерське господарство" щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств у 2016 р. [3-4]. Але це перший крок до врятування сільськогосподарського бізнесу. Далі саме сімейний бізнес у харчовій промисловості має стати впливовим чинником конкурентоспроможності українських харчових підприємств, підвищення якості продуктів харчування, зниження безробіття на селі та у промисловості, підвищення ділової активності малого бізнесу [5].

Ефективність саме сімейного бізнесу співпадає з терміновістю стратегічного управління. В сімейній компанії реалізуються стратегії строком на покоління, інші підприємства сьогодні мають намір впроваджувати плани строком на рік-два. Сімейні підприємства мають намір підвищити кваліфікацію усіх членів сім'ї, що підвищує якість праці. Навчання та зайнятість на таких підприємствах підпорядковані загальній управлінській стратегії, ще не повсюдно є на інших підприємствах.

Тому проблема впровадження названого стратегічного інструменту у харчовій промисловості лежить в площині загальнолюдських цінностей у веденні бізнесу, пов'язане з ідеологією у країні, спрямоване на позитивний економічний результат в сім'ях як найважливіших структурних частинах суспільства.

Література

1. Державна служба статистики України. Характеристика домогосподарств – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Colli, Andrea; Rose, Mary. Family Business. The Oxford Handbook of Business History – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oxfordhandbooks.com>
3. Закон України "Про фермерське господарство". – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua>
4. Про внесення змін до Закону України "Про фермерське господарство" щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua>
5. Господарський Кодекс України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua>