Видання присвячене
115-й річниці Одеської національної академії харчових технологій
та 5-й річниці Навчально-наукового інституту прикладної економіки
та менеджменту імені Г. Е. Вейнштейна

АДАПТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ МІНЛИВОГО СВІТУ

НТБ ОНАХТ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Одеська національна академія харчових технологій

НАУКОВА ШКОЛА
«Забезпечення функціонування та розвитку системи економічної безпеки держави та суб'єктів господарської діяльності»

НТБ ОНАХТ

АДАПТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ МІНЛИВОГО СВІТУ

Матеріали
наукового симпозіуму
з міжнародною участю

19 травня 2017 року

За редакцією **О. І. Павлова**

Одеса
«Астропринт»
2017

УДК 338.439(063)
А28

А28 **Адаптивні** стратегії розвитку підприємств харчової промисловості в умовах мінливого світу : матеріали наукового симпозіуму з міжнародною участю (19 травня 2017 р., м. Одеса) / Наукова школа «Забезпечення функціонування та розвитку системи економічної безпеки держави та суб'єктів господарської діяльності» ; за ред. О. І. Павлова ; Одеська національна академія харчових технологій. — Одеса : Астропринт, 2017. — 232 с.

ISBN 978–966–927–252–2

У збірнику подано тексти доповідей учасників наукового симпозіуму, які представляють науково-дослідні установи, вищі навчальні заклади України та зарубіжних країн. У них обгрунтовано теоретичні та методологічні засади, інструменти, механізми та напрями стратегічного управління сталим та безпечним розвитком підприємств харчової промисловості в умовах мінливого середовища господарювання.

Видання розраховане на наукових співробітників, викладачів, докторантів, аспірантів, студентів, економістів, менеджерів, маркетологів та інших фахівців галузі харчової промисловості.

УДК 338.439(063)

ISBN 978–966–927–252–2

© Одеська національна академія харчових технологій, 2017

НТБ ОНАХТ

ЗМІСТ

Павлов О. І.
ВІТАЛЬНЕ СЛОВО 11

Тематичний напрям 1
ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Андрєєва Н. М., Зіньковська Д. В.
Маркетингова діагностика експортного потенціалу підприємств агропродовольчої сфери як інструмент прийняття стратегічних рішень 13

Антоненко М. Н.
Новая политическая идеология эволюции предприятий АПК Беларуси 18

Дідух С. М.
Основні принципи і напрями розвитку агропродовольчої сфери України 23

Коваленко О. В.
Щодо стратегічних пріоритетів державної продовольчої політики в умовах сьогочасних викликів 26

Крисанов Д. Ф.
Теоретичні засади і прикладні аспекти формування європейської моделі харчової безпеки в аграрному секторі економіки України 30

Кулаковська Т. А.
Системний підхід до регулювання сталого та збалансованого розвитку агропродовольчої сфери України 47

Пармакли Д. М., Дудогло Т. Д.
Примеры графического метода исследований в экономике . . . 52

А. И. Павлов. Адаптивні стратегії розвитку підприємств харчової промисловості в умовах мінливого світу. Вычитка № 2. 11.05.2017. МММ

Павлов О. І.
Стратегія інноваційного розвитку підприємства як інструмент його адаптації до мінливих умов господарювання 129

Савенко І. І.
Біопаливо як джерело зниження енергетичної залежності України 134

Стрікаленко Т. В., Ляпіна О. В., Берегова О. М.
Водна криза: технологічні інновації та перспективи їх впровадження 139

Терещенко С. І.
Інтелектуалізація систем менеджменту для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства 144

Яблонська Н. В.
Проблеми підвищення ефективності функціонування виноробної галузі України 149

Тематичний напрям 7
ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Вербицька Г. Л.
Обґрунтування ефективності інвестиційних проектів підприємств харчової промисловості в умовах міжнародних економічних відносин 153

Дем'янишина О. А.
Удосконалення обліково-аналітичного забезпечення інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості 157

Лагодієнко В. В.
Особливості інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності в харчовій промисловості 162

Петков О. І.
Інвестиційний клімат України: сучасний стан та перспективи 166

Стадницький Ю. І.
Підприємства харчової промисловості у матриці класифікації благ за чинниками розміщення виробництва . . . 170

Тематичний напрям 8
АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Антонюк О. П., Антонюк П. О.
Аналіз напрямів інтеграції харчових виробництв у світовий ринок 178

Великий П. П., Бочарова Е. В.
Обмен потребительскими благами между сельскими жителями и мигрантами 185

Гамма Т. М.
Організаційні аспекти формування системи управління інтегрованими системами безпеки в харчовій промисловості 190

Мініна В. О., Федорова Т. С.
Оцінка оптимальної структури капіталу MHP S. A. (ПАТ «Миронівський хлібопродукт») 193

Седікова І. О.
Напрями розвитку вертикально інтегрованих структур ринку зерна 197

Шешеловський М. І.
Перспективи розвитку агропромислової інтеграції 201

Юрченко Н. С.
Актуальні напрями підвищення ефективності виробництва і реалізації молока та молочної продукції України 203

Тематичний напрям 9
АДАПТИВНИЙ МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

Газуда Л. М., Газуда М. В.
Ґрунтово-кліматичні умови ведення сільського господарства регіону 206

Гуменюк А. В., Школенко О. Б.
Економічна ефективність розвитку екологічно чистої продукції в харчовій промисловості України 212

НТБ ОНАХТ

А. И. Павлов. Адаптивні стратегії розвитку підприємств харчової промисловості в умовах мінливого світу. Вычитка № 2. 11.05.2017. МММ

Іртищева І. О.
Еколого-економічні проблеми використання води
в харчовій промисловості 215
Мартинюк О. М.
Адаптивний механізм екологізації інноваційної діяльності
підприємств агропродовольчої сфери України: стратегічні
та проблемні питання впровадження 218
Меглей В. І.
Екологічні складові якості агропродовольчої продукції 222
Щурик М. В.
Екологічні пріоритети підприємств харчової промисловості
в агропромисловому комплексі 226

ВІТАЛЬНЕ СЛОВО

Шановні друзі!

Проведення нашого наукового симпозіуму співпало у часі зі знаменними подіями — 115-ю річницею Одеської національної академії харчових технологій та п'ятиріччям з утворення Навчально-наукового інституту прикладної економіки та менеджменту імені Г. Е. Вейнштейна (ННІПЕтаМ) й наукової школи «Забезпечення функціонування та розвитку системи економічної безпеки держави та суб'єктів господарської діяльності».

За останні п'ять років в рамках тематики наукової школи підготовлено та захищено 4 докторських (2 було підготовлено на кафедрі економіки промисловості, а захищено на створеній на її базі кафедрі управління бізнесом; по 1 — на кафедрах менеджменту і логістики та маркетингу, підприємництва і торгівлі) та 17 кандидатських (по 5 — на кафедрах економіки промисловості, менеджменту і логістики, обліку і аудиту, 2 — на кафедрі маркетингу, підприємництва і торгівлі) дисертацій. За участю викладачів, докторантів, аспірантів, студентів академії, вітчизняних та зарубіжних науковців видано 16 колективних (6 — на кафедрі менеджменту і логістики, по 5 — на кафедрах обліку і аудиту та економіки промисловості, 1 — на кафедрі маркетингу, підприємництва і торгівлі) та 7 індивідуальних (6 — на кафедрі економіки промисловості, 1 — на кафедрі менеджменту і логістики) монографій. З 2012 року проведено 4 міжнародних науково-практичних конференції, а також наукові конференція, симпозіум, семінар, 4 колоквіуми з міжнародною участю. За підсумками їх роботи видано 1 монографію та 10 збірників тез доповідей.

В нашому науковому симпозіумі взяли участь наукові співробітники, викладачі, докторанти, аспіранти, студенти, державні службовці чотирьох зарубіжних країн та десяти міст України, які представляють Державну установу «Інститут економіки та прогнозування» НАН

НТБ ОНАХТ

А. И. Павлов. Адаптивні стратегії розвитку підприємств харчової промисловості в умовах мінливого світу. Вычитка № 2. 11.05.2017. МММ

України, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, Інститут продовольчих ресурсів НААН, вищі навчальні заклади нашої країни, органи державної влади.

Наша діяльність в рамках тематичної спрямованості наукової школи є свідченням її користі для науки та чималого значення для вітчизняної практики господарювання.

Бажаю усім подальшої плідної роботи, творчості та натхнення.

З найкращими побажаннями
керівник наукової школи, завідувач
кафедри економіки промисловості ОНАХТ,
перший директор ННІПЕтаМ,
доктор економічних наук, професор
Павлов Олександр Іванович

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Н. М. Андрєєва
д-р екон. наук; головний науковий співробітник Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса, Україна
Д. В. Зіньковська
аспірантка кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету, м. Одеса, Україна

МАРКЕТИНГОВА ДІАГНОСТИКА ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ

Сучасна економічна ситуація в Україні характеризується посиленням ролі процесів інтеграції, глобалізації, соціалізації, інформатизації та екологізації виробництва. Це призводить до того, що ключовим вектором розвитку вітчизняних підприємств стає зовнішньоекономічна діяльність. Від можливостей підприємств до участі у міжнародній економічній співпраці залежить динаміка розвитку економіки України в цілому. Цей принцип є актуальним для усіх галузей економіки, проте доцільним є виділення провідної, стратегічної галузі, зрушення у якій сприятимуть розвитку і суміжних сфер. Такою галуззю може бути агропромисловий комплекс економіки України. Продукція, що випускається підприємствами агропродовольчої сфери, користується попитом серед споживачів на міжнародному ринку. Зробити такий висновок можливо після аналізу показників структури експорту та імпорту. Частка експорту продукції агропромислового комплексу України за період з 2006 по 2015 роки зросла з 11,86 % до 38,19 %, тобто більше ніж у 3 рази. В той час як імпорт зріс за той самий період із 7 % до 9,3 % [1, с. 7].

Саме тому більшого значення набуває вивчення поняття експортного потенціалу підприємства, інструментарію його дослідження та оцінки, а також методів керування ним. На нашу думку, ефективними

© Андрєєва Н. М., Зіньковська Д. В., 2017

НТБ ОНАХТ

А. И. Павлов. Адаптивні стратегії розвитку підприємств харчової промисловості в умовах мінливого світу. Вычитка № 2. 11.05.2017. МММ

А. В. Гуменюк
канд. екон. наук, доцент; доцент кафедри економіки та підприємництва Приватного вищого навчального закладу «Європейський університет», м. Умань, Україна
О. Б. Школенко
канд. екон. наук, доцент; доцент кафедри економіки та підприємництва Приватного вищого навчального закладу «Європейський університет», м. Умань, Україна

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТОЇ ПРОДУКЦІЇ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

На сучасному етапі розвитку склалося важке економічне становище для всього національного господарства України і особливо для харчової промисловості, так як ця галузь дуже залежить від інших галузей — машинобудівної, хімічної, нафтопереробної, а особливо платоспроможності населення. В цей скрутний час більшість громадян вимушені економити кожну копійку власного заробітку і купувати неякісні закордонні продукти або взагалі ті, в яких вийшов строк реалізації. Нерідко товари підробляються, а через недосконале законодавство дуже важко відслідковувати такі товари, і тому споживачі, купуючи цю продукцію, ставлять власну харчову промисловість у глухий кут. Але й у такій ситуації харчова промисловість функціонує, шукаючи шляхи подолання проблем.

В умовах глобалізаційних процесів особливої уваги набуває виробництво органічної продукції. На думку авторів саме підтримка виробництва органічної продукції забезпечить сталий розвиток та світову підтримку всієї галузі АПК, що дасть змогу забезпечити споживачів екологічно чистою продукцією.

Органічний овочевий ринок має великі перспективи в системі аграрного ринку, бо овочева продукція найбільш вільна від ГМО порівняно з іншими видами сільськогосподарської продукції. Проте сьогодні частка органічної овочевої продукції в Україні складає лише 3 % у загальній структурі сільськогосподарського ринку. Прогресу на ринку овочевої органіки немає через брак вітчизняного, узгодженого з міжнародними вимогами органічного законодавства. Цілком логічно, немає й механізму фінансової підтримки виробництва органічної продукції. Фермерам не вистачає інформації про можливості та переваги «органічного» способу господарювання. Мотивація споживачів

© Гуменюк А. В., Школенко О. Б., 2017

органічної продукції в Україні сьогодні слабка. Незважаючи на цей фактор в країні вже сформувалося коло споживачів, готових купувати органічну продукцію, що відрізняється з-поміж іншої вищим рівнем безпечності. Більшість при цьому відносять до потенційних споживачів органічної продукції людей освічених, із високою купівельною спроможністю, тих, що піклуються про власне здоров'я та здоров'я своїх дітей [1–3; 4].

Урожайність традиційної продукції вища, ніж екологічно чистої, але виробники, постачальники і торговці дотримуються принципів і стандартів, що вирощування органічної продукції дає змогу зберегти природні якості сільськогосподарських культур. Низька купівельна спроможність населення не дозволяє встановити диференційовані ціни на продукцію залежно від її екологічної чистоти. Відтак органічна продукція дорожча від своїх несертифікованих конкурентів на 5–25 %.

Найбільшим попитом користуються такі категорії органічної продукції, як дитяче харчування, соки, м'ясо, молочні продукти, свіжі овочі та фрукти, крупи і макаронні вироби. Найширше представлені в торговельній мережі: дитяче харчування, крупи, пластівці та макаронні вироби, борошно, хлібобулочні вироби, мед, варення, повидла, джеми, сиропи, молочна продукція, м'ясо і м'ясні вироби, приправи, фрукти, ягоди, соки, гриби, чай, кава, сухофрукти та горіхи.

За нашими оцінками, які було здійснено на базі анкетного опитування 120 респондентів Черкаського району, до 5 % населення, передусім, у великих містах, готові платити за органічні овочі ціну вищу на 40–50 % від звичайної. Ця група споживачів створює початкову нішу для органічної продукції в Україні, а отже, і для формування внутрішнього ринку органіки в майбутньому (табл. 1).

Таблиця 1

Готовність споживача платити цінову надбавку за органічну продукцію*

№ з/п	Вид продукції	Розмір надбавки
1	Дитяче харчування, молочна продукція, борошно, хліб, чай, кава, соки, вода	на 100 % дорожче
2	М'ясо свіже, жири рослинні	на 80 % дорожче
3	Крупи, макарони	на 60 % дорожче
4	Сухофрукти, гриби, свіжі овочі, фрукти, приправи, консервована продукція	на 40 % дорожче

* Джерело: авторська розробка

НТБ ОНАХТ

А. И. Павлов. Адаптивні стратегії розвитку харчової промисловості в умовах мінливого світу. Вычитка № 2. 11.05.2017. МММ

Проведемо аналіз витрат при організації збуту на прикладі традиційного органічного часнику. Показники економічної ефективності маркетингових витрат при організації збуту традиційного та екологічно чистого часнику наведені в таблиці 2.

Таблиця 2

Показники економічної ефективності маркетингових витрат при організації збуту традиційного та органічного часнику

Канал збуту	Ринок (традиційна продукція)	Супермаркет (органічна продукція)
Виробнича собівартість часнику, грн/кг	34	59
Маркетингові витрати	10	21
Сортування	5	3
Пакування	5	5
Сертифікація	0	10
Реклама	0	3
Повна собівартість, грн/кг	44	80
Ціна реалізації, гр/кг	80	120
Прибуток на 1 кг, грн	36	40

* Джерело: розраховано авторами за даними ТОВ «Чистий продукт — С».

Аналіз даних таблиці показує, що маркетингові витрати при реалізації традиційної продукції нижчі порівняно з органічною продукцією на 11 грн/кг. Повна собівартість 1 кг часника, вирощеного за умов органічного виробництва, складає 80 грн/кг, що на 36 грн більше, ніж собівартість традиційної продукції. Проте ціни реалізації органічної продукції становлять 120 грн/кг, що на 40 грн/кг більше за традиційного підходу.

Для покращення ситуації на ринку овочівництва та збільшення доступності органічної продукції, враховуючи ціновий аспект, потрібно:

– створити належне конкуренте середовище;
– задіяти збалансований механізм ціноутворення;
– налагодити процес збуту;
– мінімізувати посередницький вплив та спекулятивні надбавки.

Здійснючи формування ціни, необхідно враховувати націнку на органічну продукцію, що має забезпечувати максимальний доступ для споживачів, а виробникам не меншу прибутковість.

Література

1. Кьостер У. Основи аналізу аграрного ринку / У. Кьостер; наук. ред. пер. О. Нів'євський. — К.: Вид-во АДЕФ-Україна, 2012. — 486 с.
2. Рудницька О. В. Визначення цільового споживача органічної продукції в Україні за допомогою інструментів сегментації / О. В. Рудницька // Агроінком. — 2006. — № 7–8. — С. 17–20.
3. Яценко О. М. Формування попиту на органічну продукцію на агропродовольчому ринку / О. М. Яценко, Ю. С. Завадська // Інноваційна економіка. — 2010. — № 3 (17). — С. 204–208.
4. Marketing trends for organic food in the 21st century. Series on computers and Operations Research. Baourakis G. — London: World Scientific, 2004. — 337 p.

НТБОНАХТ

І. О. Іртищева
д-р екон. наук, професор; завідувач кафедри менеджменту Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв, Україна

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ВОДИ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

Вода є основною або допоміжною сировиною, що використовується в більшості технологічних процесів при виробництві харчових продуктів. Основні проблеми при використанні води пов'язані з її різним призначенням. Основою багатьох національних стандартів на продовольчі продукти, в тому числі на продукти, під час виробництва яких використовується питна вода, є стандарти – Кодекс Аліментаріус та Директива ЄС 89/398/ЄЕС щодо зближення законодавства країн-членів, що застосовуються до продуктів харчування, призначених для споживання в окремих випадках. Через специфіку різних харчових технологій для води як сировини в харчовій промисловості немає єдиного нормативного документа, що породжує певні проблеми на шляху гармонізації міжнародних та українських стандартів.

Для виробництва соків, безалкогольних напоїв, пива, лікеро-горілчаних виробів потрібна спеціальна підготовка води. Оскільки саме при виробництві даних товарів якість води безпосередньо впливає на якість кінцевого продукції. Під час виробництва напоїв вода є базо-

© Іртищева І. О., 2017

Наукове видання

АДАПТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ МІНЛИВОГО СВІТУ

Матеріали
наукового симпозіуму
з міжнародною участю

19 травня 2017 року

Відповідальність за інформацію,
викладену в публікаціях, несуть автори

Українською та російською мовами

Завідувачка редакції *Т. М. Забанова*
Редактор *Н. Я. Рихтік*
Технічний редактор *М. М. Бушин*
Дизайнер обкладинки *В. І. Костецький*
Коректор *І. В. Шепельська*

Формат 60х84/16. Ум. друк. арк. 13,49.
Тираж 300 прим. Зам. № 188 (42).

Видавництво і друкарня «Астропринт»
65091, м. Одеса, вул. Разумовська, 21
Тел.: (0482) 37-07-95, 37-14-25, 33-07-17, (048) 7-855-855
e-mail: astro_print@ukr.net; www.astroprint.ua; www.stranichka.in.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1373 від 28.05.2003 р.

НТБ ОНАХТ