

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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



МАТЕРІАЛИ

VI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

11 – 13 жовтня 2018 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 VI Міжнародної науково-практичної конференції 11-13 жовтня 2018 р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2018. – 327 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 Каламан О.Б. – директор ННПЕіМ ім.Г.Е.Вейнштейна ОНАХТ

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. - к.с.н., доц., Савенко І.І. - д.е.н., проф.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Одеської національної академії харчових технологій протоколом № 2 від 02.10.2018 р.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

(х) Розраховано за даними Державної служби статистики України [2]

Так, якщо країни СНД імпортують з України більше 80 % живих тварин, продуктів тваринного походження і готових харчових продуктів (товари першого та четвертого розділів УКТЗЕД, то країни ЄС і інші країни імпортують переважно продукти рослинного походження, а також жири та олії тваринного і рослинного походження (товари другого та третього розділів УКТЗЕД). Ці відмінності в структурі свідчать про неможливість швидкої переорієнтації українських експортерів з ринку СНД на інші ринки, стосовно товарів першого та третього розділів.

Проте в 2016-2017 рр. в цій справі спостерігається певний прогрес. Зростає експорт з м'яса та їстівних субпродуктів свійської птиці, масла вершкового, цукру, готових продуктів із зерна, макухи олійних культур, переважно в країни ЄС та інші країни світу. Так по живим тваринам і продуктам тваринного походження експорт зріс в країни ЄС з 55 млн. дол. в 2013 р. до 283 млн. дол. в 2017 р., а в інші країни світу з 239 млн. дол. до 572 млн. дол. Експорт готових харчових продуктів до країн ЄС зріс до 865 млн. дол. або на 110,8 %, а в інші країни світу до 1125 млн. дол., або в 2,3 рази. Збереження таких темпів зростання, розширення номенклатури експортних товарів першого та четвертого розділів дозволить значно зменшити втрати від скорочення експорту в країни СНД.

Висновки. В останні роки агропродовольча продукція є основним експортним товаром України. Товарна структура експорту агропродовольчих товарів має свої особливості по напрямках експорту, що ускладнює швидку переорієнтацію товарних потоків. Досвід останніх двох років свідчить, що переорієнтація експорту агропродовольчих товарів з ринку країн СНД на інші ринки успішно розвивається

Література

1. Евросоюз стал мировым лидером по экспорту продовольствия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://finance.bigmir.net/news/economics/49145-Evrosouz-stal-mirovim-liderom-po-eksporty-prodovolstviya>
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

ПЕРСПЕКТИВИ ПОЛІПШЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ніколюк О.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і логістики
Левчук Ю.С., старший викладач кафедри менеджменту і логістики
Долинська О.О., завідувача лабораторією
Одеська національна академія харчових технологій

Формування ринкових відносин в Україні вимагає вивчення теоретичних передумов у питаннях забезпечення конкурентоспроможністю підприємств і методичних підходів до її оцінки. З конкуренцією нерозривно пов'язана конкурентоспроможність товару, підприємства, галузі, національної економіки. Важливим показником конкурентоспроможності будь-якого рівня є наявність

конкурентних переваг, тобто чинників, які відсутні або менше виражені в інших товаровиробників. Зазначимо, що чинники, які формують конкурентні переваги підприємства на ринку змінюють свій вплив на забезпечення конкурентоспроможності виробника на ринку залежно від стану середовища його діяльності. Однією з основних проблем розвитку будь-якої галузі нині є те, що в умовах недосконалості ринкових відносин, дефіциту економічної інформації про діяльність суб'єктів господарювання відсутній інструмент для характеристики рівня конкурентоспроможності підприємств. Саме ця обставина вимагає вивчення характеристик та оцінки їхнього впливу на загальний рівень конкурентоспроможності підприємств на ринку.

Конкурентоспроможність підприємства в традиційному розумінні — здатність підприємства змагатися з іншим підприємствами аналогічного профілю. Проте конкурентоспроможність - явище неоднозначне. Підприємство може, наприклад, мати кращі організовані канали збуту, але випускати менш якісну продукцію або при високому попиті на його продукцію не мати резервів виробничої потужності. Таким чином, взаємодія багатьох чинників визначає здатність підприємства конкурувати з іншими економічними суб'єктами. Тому можна судити про рівень конкурентоспроможності по силі прояву того або іншого чинника, що відображується у формі конкурентних переваг.

Конкурентоспроможність підприємства - це комплексна порівняльна характеристика, що відображає ступінь переваги сукупності показників оцінки діяльності підприємства, які визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників підприємств-конкурентів [1].

Зазвичай конкурентоспроможність підприємства розглядається по відношенню до можливості конкурувати в продажах тій або іншій продукції. Однак сучасному підприємству доводиться конкурувати і за ресурси, обсяг яких обмежені. Відповідно кращі ресурси дістануться тому з підприємств, яке має досконаліші методи роботи з постачальниками (капіталу, сировини і матеріалів, персоналу, технологій і тому подібне). Найголовнішим показником тут може стати наявність грошових коштів для закупівлі ресурсів в необхідному обсягу, оскільки, швидше за все, коли попит перевищує пропозицію, постачальник зажадає аванс або стовідсоткову передплату. Також необхідно відзначати, що конкуренція може проявлятися між окремими видами економічної діяльності, оскільки для бізнесу часто неважливий напрям інвестування - значення має віддача від інвестицій.

Конкурентоспроможність підприємства визначається рівнем конкурентоспроможності тієї продукції, яку воно випускає. Необхідно виділяти продукцію, яка приносить найбільшу вигоду підприємству навіть при невеликій її питомій вазі в галузевому об'ємі продажів, вимірювану показниками ефекту і ефективності – прибутком і рентабельністю.

Конкурентоспроможність продукції - це порівняльна характеристика, яка визначає відмінність аналізованої продукції від аналогів конкурента і містить комплексне оцінювання сукупності її властивостей щодо виявлених вимог ринку чи якостей іншого товару [2].

Ситуація на сучасних ринках така, що просування кожної додаткової одиниці будь-якого виду продукції утруднено і зв'язано з додатковими витратами, оскільки рівень конкуренції на них, як правило високий. Тому виникає завдання визначення такого поєднання обсягів продажів, при якому показники ефекту і ефективності набувають максимального значення. Якщо відсутні обмеження по ресурсах, то зростання цих показників можливе за рахунок збільшення обсягу продажів в натуральному вираженні або цін, або за рахунок економії змінних і постійних витрат. Збільшувати продажі доцільно в порядку зменшення маржинального доходу. Якщо ж збільшення продажів і цін неможливо в умовах високої конкуренції, то аби підвищити конкурентоспроможність підприємства, необхідно економити змінні і постійні витрати, хоча економія може також зажадати додаткових витрат, для покриття яких необхідно збільшувати обсяг реалізації продукції [3].

Підприємство, що перевищило критичний обсяг реалізації і що покрити свої постійні витрати, може по деяких виробах, що входять до складу номенклатури, понизити ціни. Тоді виграш буде отриманий за рахунок збільшення обсягу продажів в натуральному виразі за наявності резерву виробничої потужності.

Дефіцит матеріально-енергетичних ресурсів і персоналу відповідного професійно-кваліфікаційного рівня, обмежена ємкість ринків збуту передбачають постановку і рішення задачі оптимізації структури випуску в системі оперативного планування, що дозволяє відстежувати в часі зміну конкурентоспроможності підприємства і управляти зміною її рівня.

Конкуренція загалом має як позитивні, так і негативні сторони, їх співвідношення залежить від видів і форм конкуренції, впливу на неї регулюючої діяльності держави. Знаючи рівень конкурентоспроможності підприємства, взаємозв'язок між часткою задоволення потреб та обсягом продажу, визначають обсяги ринку як складової потенційної конкурентоспроможності товару. Основні напрями зміцнення конкурентних позицій на ринку обумовлені системою комплексного дослідження механізму ринку.

Результати оцінювання конкурентоспроможності можуть бути використані для вибору шляхів оптимального підвищення конкурентоспроможності продукції і конкретного розв'язання ринкових задач. Це дасть змогу визначити основні напрями зміцнення конкурентних позицій окремих підприємства та цілих галузей в Україні.

Література

1. Арестенко В.В. Методи і моделі оцінювання конкурентоспроможності підприємств АПК / В.В. Арестенко // Актуальні проблеми економіки. - 2008. - № 10. - С. 10-15.
2. Дудяк Р.П. Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності підприємств у формуванні їх збутової політики / Р. П. Дудяк, С.Я. Бігуль, О.Р. Дудяк // Вісник національного університету "Львівська політехніка" Логістика. - 2009. - № 649. - С. 268-275.
3. Ніколюк О.В. Моделювання конкурентоспроможності підприємств виноградно-виноробного підкомплексу Одеської області / О.В. Ніколюк // Аграрний вісник Причорномор'я. - 2012. - № 65. - С. 118-122.

50.	ФАКТОРИ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ АКТИВНІСТЬ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	130
	Відоменко І.О., к.е.н., доцент, Гордієнко Л.Л., к.т.н., доцент, ОНАХТ	
51.	ЗНАЧЕНИЕ ДОЛИ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ	133
	Егорова-Гудкова Т.И., к.э.н., доцент кафедри маркетинга и бизнес-администрирования, Юдина Е.В., магістрант, ОНУ им. И.И. Мечникова	
52.	ОСОБЛИВОСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ	135
	Лагодієнко В. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри, ОНАХТ, м. Одеса	
53.	МОНИТОРИНГ КРАЇН СВІТУ ЗА РІВНЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	137
	Агєєва І. М., к.е.н., доцент кафедри, Тимчук Ю. М., магістрант, ОНАХТ	
54.	РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ, ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ	140
	Козак К. Б., к.е.н., доцент кафедри, ОНАХТ, м. Одеса	
55.	PROMOTING ODESSA AS A TOURISTIC DESTINATION	141
	Chmura Oleksandra, Human Resources Assistant Mittendrin Boutique Hotel Berlin, Berlin, Germany	
	Sorokina Anastasia, Receptionist Cliff House Maine, Maine, The USA	
56.	ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ГРАФІЧНИХ МЕТОДІВ ПРИ РОЗРОБЦІ СТРАТЕГІЇ	143
	Відоменко І.О., к.е.н., доцент, Остроконь С.М., магістрант, ОНАХТ	
57.	ОСОБЛИВІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ І МЕТОДИКИ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЕЛЕВАТОРНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	146
	Ощепков О. П., к.е.н., доцент, Лакєєва С.О., магістрант, ОНАХТ	
58.	МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	148
	Тарасова О.В., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
59.	ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ НА М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	151
	Ощепков О. П., к.е.н., доцент, Забравська К.О., магістрант, ОНАХТ	
60.	ВНУТРІШНІЙ АУДИТ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ	153
	Стасюкова К.В., старший викладач, Головаченко Л.М., викладач, ОНАХТ	
61.	СУЧАСНИЙ СТАН ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ТОВАРНИХ ОПЕРАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	155
	Євтушевська О.О., к.е.н., доцент, Фомічєва В.І., магістрант, ОНАХТ	
62.	ПОДАТКОВЕ ЗАКОНОДАВСТВО ТА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ	157
	Скляр Л.Б., к.е.н., доцент, Скляр В.Ю., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса	
63.	ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АУДИТОРСЬКОГО ПРОЦЕСУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ	160
	Євтушевська О.О., к.е.н., доцент, Богослова В.І., магістрант, ОНАХТ	
64.	ЕКСПОРТНІ ПОТОКИ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ З УКРАЇНИ – ГЕОГРАФІЧНИЙ ТА ТОВАРНИЙ АСПЕКТИ	162
	Антонюк П.О., к.е.н., ст. наук. співробітник відділу ринкових механізмів і структур, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України,	
	Антонюк О.П., к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту, ОНАХТ, м. Одеса	
65.	ПЕРСПЕКТИВИ ПОЛІПШЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	164
	Ніколюк О.В., к.е.н., доцент, Левчук Ю.С., ст. викладач, Долинська О.О., завідувач лабораторії, ОНАХТ, м. Одеса	