

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

ПОРТФЕЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Дьяченко Ю.В., старший викладач кафедри менеджменту і логістики
Одеська національна академія харчових технологій

Для того щоб обрати вірну стратегію для кожного напрямку діяльності підприємства та здійснювати подальше фінансування саме ефективних напрямків необхідно проводити портфельний аналіз. Нами було досліджено портфель вітчизняних м'ясопереробних підприємств ПрАТ «Український бекон», ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» та ПАТ «Кременчукм'ясо» за допомогою матриці БКГ. Стратегічні зони господарювання (СЗГ) були виділені за номенклатурою продукції промисловості (НПП), а саме: вироби ковбасні з печінки (ліверні) та подібні вироби і харчові продукти на їхній основі (крім готових продуктів та страв) - СЗГ №1; вироби ковбасні варені, сосиски, сардельки - СЗГ №2, ковбаси напівкопчені - СЗГ №3, ковбаси варенокопчені, напівсухі, сиров'ялені, сирокочені, включаючи «салями» - СЗГ №4, вироби ковбасні копчено-запечені - СЗГ №5, холодець, зельц - СЗГ №6.

Відносна частка ринку (ВЧР) кожної СЗГ досліджуваних підприємств розраховується на основі інформації про їх обсяги виробництва та обсяги виробництва лідера галузі, а саме ТОВ «МФ «Фаворит плюс», за формулою:

$$ВЧР_СЗГ_n = \frac{\text{Обсяг_виробництва_лідера}}{\text{Обсяг_виробництва_підприємства_n}} \quad (1)$$

Результати розрахунків представлені в таблиці 1.

Таблиця 1 - Розрахунок ВЧР м'ясопереробних підприємств

Стратегічна зона господарювання	ПрАТ «Український бекон»		ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»		ПАТ «Кременчукм'ясо»		ТОВ «МФ «Фаворит плюс»
	Обсяг вир-ва, т	ВЧР	Обсяг вир-ва, т	ВЧР	Обсяг вир-ва, т	ВЧР	Обсяг вир-ва, т
СЗГ №1	6314,7	6,22	344,2	0,34	513,5	0,51	1015,0
СЗГ №2	13165,5	0,92	13109,1	0,91	2852,7	0,20	14339,8
СЗГ №3	5957,2	1,19	5691,0	1,14	684,7	0,14	4996,8
СЗГ №4	6731,7	1,30	6613,7	1,28	3366,2	0,65	5179,0
СЗГ №5	0,0	0,00	146,1	0,56	171,2	0,66	260,3
СЗГ №6	0,0	0,00	120,8	0,52	57,1	0,24	234,2
Всього	32169,0	-	26025,0	-	7645,3	-	38735,0

Темпи приросту ринку (ТПР) кожної СЗГ розраховуються користуючись статистичною інформацією за 2015 і 2016 рік по формулі:

$$ТПР = \frac{(\text{Ємність_ринку_СЗХ_2016} - \text{Ємність_ринку_СЗХ_2015})}{\text{Ємність_ринку_СЗХ_2015}} * 100\% \quad (2)$$

За результатами розрахунків отримані такі значення ТПР: для СЗГ №1 3,94 %, СЗГ №2 0,81 %, СЗГ №3 5,93 %, СЗГ №4 (-3,08 %), СЗГ №5 (-6,83 %), СЗГ №6 1,27 %.

На основі отриманих даних нами були побудовані матриці БКГ для ПрАТ «Український бекон», ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат», ПАТ «Кременчукм'ясо».

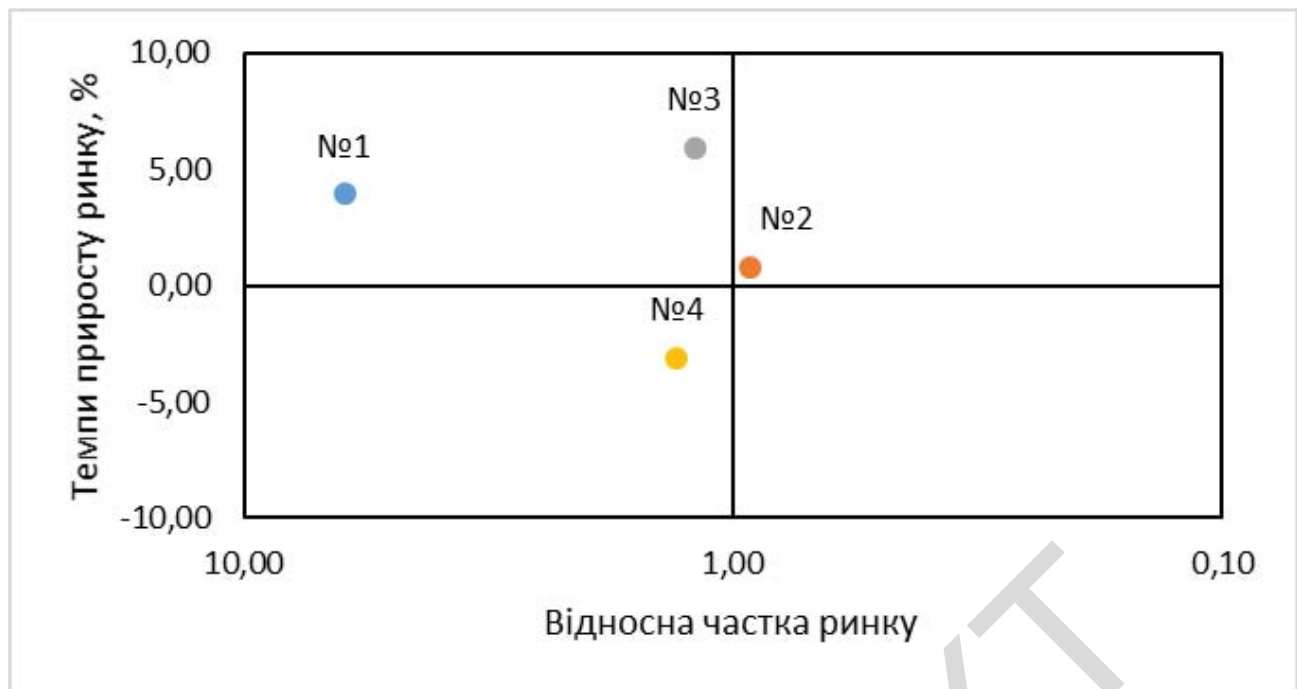


Рис. 1 - Матриця БКГ ПрАТ «Український бекон»

Як ми бачимо на рис. 1 в ПрАТ «Український бекон» СЗГ №4 ковбаси варенокопчені, напівсухі, сиров'ялені, сирокоччені, включаючи «салями» потрапило в зону «Дійні корови». СЗГ №1 вироби ковбасні з печінки (ліверні) та подібні вироби і харчові продукти на їхній основі (крім готових продуктів та страв) та СЗГ №3 ковбаси напівкопчені потрапили в зону «Зірки». СЗГ №2 вироби ковбасні варені, сосиски, сардельки потрапило в зону «Дикі кішки».

Портфель підприємства ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» представлений на рис. 2.



Рис. 2 - Матриця БКГ ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»

В зону «Дійні корови» потрапило СЗГ №4 ковбаси варенокопчені, напівсухі, сиров'ялені, сирокоччені, включаючи «салями». В зону «Зірки» потрапило СЗГ №3 ковбаси напівкопчені. СЗГ №1 вироби ковбасні з печінки (ліверні) та подібні вироби і харчові продукти на їхній основі (крім готових продуктів та страв), СЗГ

№2 виробли ковбасні варені, сосиски, сардельки та СЗГ №6 холодець, зельц потрапили в зону «Дикі кішки». СЗГ №5 виробли ковбасні копчено-запечені знаходяться в зоні «Собаки».

В структурі портфелю ПАТ «Кременчукм'ясо» (рис. 3), СЗГ №1 виробли ковбасні з печінки (ліверні) та подібні виробли і харчові продукти на їхній основі (крім готових продуктів та страв), СЗГ №2 виробли ковбасні варені, сосиски, сардельки, СЗГ №3 ковбаси напівкопчені та СЗГ №6 холодець, зельц знаходяться в зоні «Дикі кішки». СЗГ №4 ковбаси варенокопчені, напівсухі, сиров'ялені, сирокіпчені, включаючи «салями» та СЗГ №5 виробли ковбасні копчено-запечені знаходяться в зоні «Собаки».



Рис. 3 - Матриця БКГ ПАТ «Кременчукм'ясо»

За результатами портфельного аналізу підприємство приймає стратегічні рішення стосовно кожної СЗГ з метою балансування портфелю. Так, СЗГ, які потрапили в зону «Дійні корови» знаходяться на стадії життєвого циклу зрілості та приносять стабільний високий прибуток; підприємство повинно підтримувати такі СЗГ і направляти отриманий від них грошовий потік на фінансування СЗГ в зоні «Зірки». Ці товари приносять дуже високий дохід, але потребують значних капіталовкладень через високу конкуренцію на ринку для підтримки власних позицій. Тому головна проблема пов'язана з визначенням правильного балансу між доходом і інвестиціями в цю область з тим, щоб в майбутньому гарантувати повернення останніх. СЗГ «Собаки» - це бізнес-одиниці з відносно невеликою часткою на ринку, який повільно розвивається. Потік готівки в цих бізнес-одиницях зазвичай дуже незначний, а частіше навіть негативний, тому потрібно ліквідувати ці товари або зайняти вузькоспеціалізовану ринкову нішу, в якій вони будуть домінувати. СЗГ «Дикі кішки» представлені на конкурентному зростаючому ринку, але займають на ньому відносно невелику частку. Це призводить до необхідності збільшення інвестування з метою захисту та збільшення частки ринку, однак дані бізнес-одиниці з великими труднощами генерують дохід і має місце високий ступінь невизначеності: або вони стануть в

майбутньому прибутковими для організації коли перейдуть в зону «Зірки», або ні, якщо з часом скотяться до позицій «Собаки». Тому безнадійні «Дикі кішки» або такі, що вимагають значних інвестицій, на які в даний час організація не здатна, повинні бути видалені з бізнес-портфеля. Аналізуючи наведені матриці БКГ, можна прийти до висновку, що збалансованим є портфель ПрАТ «Український бекон», портфель ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» також досить прийнятний, а портфель ПАТ «Кременчукм'ясо» є незбалансованим і критичним.

Література

1. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб і доп. – Київ : КНЕУ, 2004. – 699 с.
2. Stock market infrastructure development agency of Ukraine (SMIDA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://smida.gov.ua/>

АНАЛІЗ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ НАБОРУ СУХИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ

Мардар М.Р., д.т.н, професор кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
Статєва М.С., аспірант кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
Одеська національна академія харчових технологій

Для Збройних Сил України питання забезпечення повноцінним і раціональним харчуванням військовослужбовців є надзвичайно важливим. Порушення процесів адаптації до умов військової служби є однією з найчастіших причин дефіциту маси тіла юнаків, зниження працездатності та підвищення загальної захворюваності, що негативно відбивається на боєздатності особового складу. На сьогодні необхідна модернізація харчових раціонів військовослужбовців відповідно до науково обґрунтованих норм за поживною, біологічною та енергетичною цінністю [1]. Однією із головних умов цього є науково обґрунтоване вивчення специфіки потреб, очікувань і вподобань цільового сегменту споживачів, спрямоване на максимальне задоволення їх інтересів.

Основне завдання проведених маркетингових досліджень споживчих уподобань полягало у: виявленні соціально-демографічних характеристик споживачів каш миттєвого приготування; вивчення споживчих уподобань респондентів при виборі каш миттєвого приготування для військовослужбовців; виявленні відношення споживачів до системи харчування в польових умовах та існуючого набору сухих продуктів.

Дослідження були проведені у 2018 р. серед військовослужбовці Військової академії м. Одеси. В опитуванні взяли участь 300 осіб. Результати маркетингових досліджень показали, що військовослужбовці не задоволені існуючим добовим польовим набором продуктів, більшість не влаштовує одноманітність (35 %), обмеженість вибору страв (21 %), харчова цінність/ калорійність (11%), кількість страв в наборі сухих продуктів (10%). Відповіді респондентів свідчать про необхідність розширення асортименту існуючого набору сухих продуктів.

34.	УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ Дурбалова Н. І., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса	90
35.	СУТНІСТЬ РУРАЛІЗМУ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ Павлов О. І., д.е.н., професор, завідувач кафедри, ОНАХТ, м. Одеса	91
36.	ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВЫЯВЛЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ О.Г. Винник, старший преподаватель, Н.В. Кирьянчикова, студент Гомельский государственный технический университет им. П.О. Сухого	96
37.	ПОРТФЕЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ Дьяченко Ю.В., старший викладач, ОНАХТ, м. Одеса	99
38.	АНАЛІЗ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ НАБОРУ СУХИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ Мардар М.Р., д.т.н, професор, Статєва М.С., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса	102
39.	ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ Крупіна С.В., к.е.н., доцент, Яблонська Н.В., к.е.н., доцент, ОНАХТ	104
40.	СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕФЕКТИВНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ Васьковська К.О., к.е.н., ст. викладач, Стецюк В.М., магістрант, ОНАХТ,	107
41.	РОЗВИТОК АГРОХОЛДІНГІВ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ: ЗДОБУТКИ І ВИКЛИКИ Дідух С.М., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	109
42.	ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ Відоменко І.О. к.е.н., доцент, Кондратюк Н.С., магістрант, ОНАХТ	111
43.	БРЕНДИНГ БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНИХ РЫНКАХ Соловьева Л.Л., к.э.н., доцент, Домород А.В. старший преподаватель Гомельский государственный технический университет им. П.О.Сухого	113
44.	ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЦЕДУР ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ Кухарук А.А., викладач екон. дисциплін першої категорії, Коробкіна О.В., викладач-методист економічних дисциплін Одеський технічний коледж	116
45.	ПОЗИТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ВИРОБНИЦТВІ І ВИКОРИСТАННІ БЮГАЗУ У ПЕРЕРОБНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ Коробкіна О.В., викладач-методист екон. дисциплін вищої категорії, Копайгородська Т.Г., викладач-методист екон. дисциплін вищої категорії, Одеський технічний коледж	118
46.	РОЗВИТОК ФУНКЦІЇ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ Проскурніна Н.В., к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця	122
47.	АКТУАЛЬНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ Голубьонкова О.О., к.е.н., доцент, Чирка В.В., аспірант, ОНАХТ	124
48.	МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ Лобоцька Л.Л., к.т.н., доцент, Орлова О.В., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	126
49.	ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ Свістун Т.В., к.е.н., доцент, Мороз Д.О., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	128