

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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



МАТЕРІАЛИ

VIII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

15 – 16 жовтня 2020 р.

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

Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції 15-16 жовтня 2020 р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2020. – 280 с.

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

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. - д.е.н., доц., Савенко І.І. - д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., доц., Каламан О.Б. – к.е.н., доц., Мельник Ю.М. – д.е.н., доц.

Література

1. Боярко І. М., Гриценко Л. Л. Інвестиційний аналіз: Навч. посіб. — К.: Центр учбової літератури, 2011.
2. Гайдай Г. Г. Механізм формування інвестиційної стратегії АТП в умовах ринкової економіки / Г. Г. Гайдай // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2014. - Вип. 13(2). - С. 39-49. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Upsal_2014_13%282%29__6
3. Просович О.П. Принципи формування інвестиційної стратегії підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/32766/1/54.pdf>
4. Відоменко І.О., Перекрест Ю.І. Організаційно-економічний механізм формування інвестиційної стратегії Вісник Дніпропетровського університету; Серія: Економіка- 2015 р., Випуск 9 (2), Дніпропетровськ – № 10/1, Том 23 – С. 104-110.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ВИНОРІБНОЇ ГАЛУЗІ.

Відоменко І.О., к.е.н., доц., Проданова Г.О., магістр
Одеська національна академія харчових технологій

Вступ. Винний ринок Україні оцінюють у 23 млн декалітрів, або 800 млн дол. США. 85% вин виробляються українськими компаніями, 15% — імпортуються [1]. Динаміка розвитку виноробної галузі складає 5—6% на рік завдяки нарощуванню потужностей крупних підприємств і збільшенню обсягів розливу, що свідчить про досить високу інвестиційну привабливість даної галузі.

Вітчизняні виробники завдяки значним витратам за отримання ліцензій та сплату акцизів змушені піднімати ціни або скорочувати обсяги виробництва дешевих вин. Вперше в Україні скоротилося виробництво натуральних виноградних вин, натомість збільшилося виробництво порошкових. У смакових потребах українських споживачів до 55% займають кріплені вина, до 35% — вина напівсухої групи. Відзначається зростання споживання дешевших і відповідно менш якісних вин, проте прогнозується збільшення споживання натуральних вин [1]. Нині в Україні більш 50% продукції становлять кріплені вина. Натомість в усьому світі віддають перевагу сухим і, меншою мірою, напівсухим й напівсолодким столовим винам, приготовленим за класичною технологією. Тим не менше, вітчизняні виробники продовжують виробляти кріплені вина, посилаючись на традиційні смаки й попит. Насправді ж виробляти міцні та десертні вина простіше, ніж сухі вина, і вигідніше, з точки зору підприємства і держави. Через невідповідність сировинної бази виноградарства, ресурсовитратність виробничих потужностей, більшість українських виробників не спроможні виробляти конкурентоспроможні сухі вина[2]. Галузь досі оснащена переважно морально і фізично застарілим

обладнанням, що дозволяє виробляти лише міцні і десертні вина. Саме тому формування системи інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств виноробної галузі є актуальною науковою та практичною проблемою.

Матеріали і методи. Теоретико-методологічні проблеми інвестиційно-інноваційного розвитку економіки, в тому числі у виноградарсько-виноробному підкомплексі, розглядалися у роботах А. М. Авідзби, І.В. Белоус, К.Б. Волощук, О.М. Гаркуші, М.В. Гладія, Б.В. Губського, М.І. Долішнього, С.І. Дорогунцова, О.Ю. Єрмакова, Й.С. Завадського, Ф.В. Зінов'єва, О.В. Кравця, Ю.О. Лупенка, І.Г. Матчина, П.Т. Кулика, Л.М. Худолій, І.І. Червена, Д.Ф. Чухна, О.М. Шестопаля, О.О. Школьного, О.М. Шпичака, А.І. Шумейка та інших вчених [1-7]. Однак в них недостатньо відображена галузева специфіка виноробних підприємств.

Результати дослідження. Більшість виноробних компаній не має сертифікованої системи управління якістю продукції, що в умовах сучасного виробництва стає найважливішою складовою ефективності підприємства. Всі процеси управління якістю мають бути об'єднані в єдину систему, де чітко визначено відповідальність, процедури, процеси і ресурси. В цьому сенсі на перший план виходить проблема запровадження інноваційних технологій та технічних засобів на підприємствах виноробної галузі.

Для вирішення поставлених проблем в роботах [1-7] обґрунтовані відповідні інструменти, наведемо найбільш дієві, на наш погляд:

- створення спеціалізованого виноградарсько-виноробного консалтингового центру з надання інформаційно-консультативних послуг для формування бази інвестиційних та інноваційних пропозицій, бізнес-планів галузі, а також синхронізації дій всіх суб'єктів підкомплексу: освітніх, наукових, виробничих, фінансових щодо залучення (вкладення) інвестицій, освоєння інновацій, пошуку ефективних рішень, що сприятиме активізації інвестиційних процесів та підвищенню ефективності діяльності підкомплексу;

- методичні підходи до планування інвестиційної діяльності виноградарських підприємств на основі розрахунку мінімально-необхідного рівня рентабельності вирощування винограду для підтримки регулярного оновлення багаторічних насаджень, що сприятиме зменшенню ризиків при інвестуванні у виноградарство;

- методика аналізу інвестиційно-інноваційної діяльності та класифікацію системи показників її ефективності у виноградарсько- 4 виноробному підкомплексі шляхом визначення етапів такого аналізу та їх послідовності, що сприятиме підвищенню його швидкості та якості;

- побудова інвестиційно-інноваційно орієнтованого виноградарсько-виноробного кластеру Одещини навколо створення консалтингового центру з залученням провідних науково-дослідних та навчально-наукових закладів регіону. Така модель дозволить посилити горизонтальні зв'язки між суб'єктами підкомплексу та рівень їх співпраці;

- стратегічні напрями інвестиційно-інноваційного розвитку підкомплексу, що включають в себе поширення нових сортів вітчизняної селекції, розвиток органічного виноградарства, створення та просування вітчизняних торгових

марок вина тощо. Наявні нормативні акти щодо перспектив розвитку виноградарсько-виноробного підкомплексу не в повному обсязі відповідають сучасним умовам, тому формування основних стратегічних напрямів його розвитку є важливою частиною успішного планування розвитку даних галузей.

Висновки:

Отже, інновації стають нині одним з головних чинників формування ефективного розвитку виноробного виробництва. В розвинених країнах 40 % економічного росту забезпечується саме за рахунок інновацій, що визначило принципово новий перехід від традиційної до інновативноінноваційної науковотехнічної політики. Інноваційний шлях розвитку виноробної промисловості України пов'язаний із значними труднощами, серед яких головними є високий рівень ризику та відповідні складнощі з пошуком джерел фінансування. Виноробні підприємства значно диференційовані за технікотехнологічним рівнем виробництва. На багатьох підприємствах галузі нестабільна робота в умовах кризових процесів, нестача власних коштів, недостатня підтримка інноваційної діяльності державою призвели до уповільнення темпів освоєння нової техніки, устаткування, обладнання, технологій в галузі, зменшуючи тим частку інноваційної продукції. Незважаючи на це, провідні підприємства та наукові заклади галузі вже нині демонструють певні успіхи у впровадженні інноваційних технологій та техніки у виробництво продукції та управління підприємствами.

Література:

1. Агеєва І.М. Перспективні напрями стратегічного планування на підприємствах виноробної галузі України / І.М. Агеєва О.Ю. Мандро // Економіка харчової промисловості. — 2010. — № 2. — С. 26—31.
2. Некрасова Л.А. Аналіз та перспективи розвитку підприємств виноробної галузі в Україні / Л.А. Некрасова, К.І. Некрасова // Причорноморські економічні студії. — 2016. — Вип. 6. — С. 83—87.
3. Павлова О.С. Інтелектуальний капітал як фактор підвищення інвестиційної привабливості підприємств (на прикладі підприємств виноробної промисловості) / О.С. Павлова // Економічні інновації. — 2012. — Вип. 47. — С. 214—221.
4. Ткаченко О.Б. Інноваційні складові стратегічного розвитку виноробних підприємств України / О.Б. Ткаченко, І.М. Агеєва, В.М. Беркгаут // Економіка харчової промисловості. — 2016. — Т. 8. — Вип. 1. — С. 55—61.
5. Олексюк О.І. Результативність розвитку виноробних підприємств України / О.І. Олексюк // Агросвіт. — 2009. — № 3. — С. 17—23.
6. Дога В.С. «Перспективи інвестиційно-інноваційного розвитку виноградно-виноробного підкомплексу АПК»/ В.С. Дога, Г.І. Топов, А.Г. Топов // Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції: «Інтеграційні процеси в АПК», Миколаїв – 2011, с.134-136
7. Топов Г.І. Аналіз інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств виноградарсько-виноробного підкомплексу / Міжнародна конференція «Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на

ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАХОДІВ ПО РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЗРОСТАННЯ В ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

**Дьяченко Ю.В. к.е.н. доцент кафедри менеджменту і логістики
Одеська національна академія харчових технологій**

Індустріалізація сфери готельних послуг, а також процеси глобалізації та інтеграції, що характерні для світової готельної індустрії на сьогоднішній день висунули на передові позиції великі, організаційно, технічно та технологічно оснащені готельні мережі, які об'єднують тисячі готелів по всьому світу. Готельний ланцюг – це об'єднання декількох готельних підприємств, які колективно ведуть бізнес під контролем одного керівництва. В наш час готелі та готельні мережі стали основним елементом економіки більшості країн світу, рушійною силою розвитку та високої ефективності: 90% всіх готелів в США об'єднані в мережі, в Європі цей показник становить 50%, загалом в світі є більше 300 готельних мереж [1].

В умовах жорсткої конкуренції кожне готельне підприємство має бути гнучким, адже оперативне реагування та вдосконалення діяльності дає змогу охопити більшу кількість потенційних споживачів, при цьому збільшуючи показники ефективності. В умовах нестабільної економічної ситуації головною метою функціонування готельних підприємств є збереження наявних позицій, максимальний захист від негативного зовнішнього впливу і подальший розвиток і зростання підприємства. Заходи, по реалізації стратегії зростання, що використовує готельний бізнес в такій ситуації направлені на збільшення обсягу продажів за рахунок формування нових готельних продуктів чи зміни цінових пропозицій.

Популярними засобами по залученню споживачів в готельному бізнесі вважаються: знижки на проживання в готелі при ранньому бронюванні у визначені терміни; знижки в період низького сезону; знижки та бонуси для різних категорій гостей (діти, пенсіонери, молодята та іменинники); спеціальні пропозиції для постійних гостей; PR-заходи. Організація PR-заходів дає можливість впливати на всі цільові аудиторії. Наприклад, готель може організовувати презентації, семінари, виставки та дегустації, тематичні музичні вечори або fashion покази тощо. Одним із важливих напрямків в рамках PR-заходів є робота з travel-блогерами та журналістами, які ведуть блоги про туризм. На сьогоднішній день можливості мережі Інтернет дозволяють обрати найбільш відомих персонажів, які є лідерами думок в соціальних мережах та на екрані. Позитивна думка блогера обов'язково покращить репутацію готелю. Розповіді про переваги готелю не виглядатимуть як рекламна подача, а скоріше, як особиста позиція та рекомендація, до якої обов'язково прислухаються потенційні споживачі [2].

52	СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ БОРОШНОМЕЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ Відоменко І.О., к.е.н., доц., Гордієнко Л.Л., к.т.н., доц., ОНАХТ, м. Одеса	149
53	ДОСЛІДЖЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА Відоменко І.О., к.е.н., доц., Мазур К.С., магістр, ОНАХТ, м. Одеса	152
54	ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ВИНОРІБНОЇ ГАЛУЗІ Відоменко І.О., к.е.н., доц., Проданова Г.О., магістр, ОНАХТ, м. Одеса	154
55	ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАХОДІВ ПО РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЗРОСТАННЯ В ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД Дьяченко Ю.В., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	157
56	ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ Дроздова В.А., к.е.н., доцент, Репінська-Чуркіна К.О., магістр, ОНАХТ, м. Одеса	160
57	СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ Каламан О. Б., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	163
58	ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ПРОФЕСІЙНО ВАЖЛИВИХ ЯКОСТЕЙ ПЕРСОНАЛУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВ Козак К.Б., к.е.н, доцент, Мірковець Ю.Л., магістр, ОНАХТ, м. Одеса	166
59	ЛЮДСЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД Козак К.Б., к.е.н, доцент, Мироненко Б.В., магістр, ОНАХТ, м. Одеса	169
60	ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ПІДРОЗДІЛІВ НА ФІНАНСОВІ ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Козак К.Б., к.е.н, доцент, Дроздова Є.А., магістр, ОНАХТ, м. Одеса	172
61	ПАРАДИГМА УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА Колеснікова К.С., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	174
62	АНАЛІЗ ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ Коренман Є. М., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса	176
63	СТАРТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСНОЇ ПРОДУКЦІЇ Коренман Є. М., ст. викладач, Русецька А.О., студентка, ОНАХТ, м. Одеса	180
64	РОЗРОБКА СИСТЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В КРИЗОВИХ УМОВАХ Корсікова Н.М. к.е.н., доцент, Бондаренко А. І, магістр, ОНАХТ, м. Одеса	181
65	ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ Мануїлова К.В., д. н. держ. упр., доцент, Мужайло В. Д., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	184
66	ЛОЯЛЬНІСТЬ СПОЖИВАЧІВ ЯК СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТИМЧАСОВОГО РОЗМІЩЕННЯ Дьяченко Ю.В., к.е.н., доцент, Полоус Д.Т. магістр, ОНАХТ, м. Одеса	186
67	ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ І УПРАВЛІНСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ. Пурцхванідзе О.В., канд. філос. наук, доцент, Новікова В.С., студентка, ОНАХТ, м. Одеса	189
68	ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО В УКРАЇНІ ТА СВІТІ. РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ Ринкова А.А., аспірантка, ОНАХТ, м. Одеса	192
69	ІННОВАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	196