

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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



МАТЕРІАЛИ

VII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

15 – 16 жовтня 2019 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 VII Міжнародної науково-практичної конференції 15-16 жовтня 2019 р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2019. – 230 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:

Агеєва 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. – к.е.н., доц.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Одеської національної академії харчових технологій протоколом №2 від 01.10.2019 р.

враховувати реальний рівень цінності товару, а не той, який буде сформований на етапі перетворення емоції в попит.

В умовах створення попиту на товари зростає роль інновації, які впроваджуються в основному великими транснаціональними корпораціями. Саме тому, на промислових ринках та ринках B2B найбільш конкурентоспроможними стають компанії, що займаються інноваціями. Саме вони визначають, що буде продаватися й формують попит. Ця тенденція стає визначальною для конкурентних переваг на базі нематеріальних активів. Через зв'язок інновацій, як джерела формування нематеріальних активів підприємства, саме рівень впровадження інновації становиться базою визначення цінності. Це сприяє виникненню *функції інноваційності ціни*. Функція інноваційності в ціні пояснює вплив нематеріальних активів на рівень ціни товару.

Література

1. Всемирный экономический форум «Развитие, детерминированное данными: пути прогресса», январь 2015г. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_DataDrivenDevelopment_Report2015.pdf
2. Федулова Л.І. Технологічна політика: глобальний контекст та українська практика: монографія / Л.І. Федулова. – К.: Київ.нац. торг.-екон. Ун-т, 2015. – 844 с.
3. Шваб К. Четвертая промышленная революция: перевод с английского / Клаус Шваб. – Москва: Издательство «Э», 2017.- 208с.
4. Юлдашева О.У. Когнитивный маркетинг: продвижение стандартов потребления/ Под ред. д-ра эконом. наук, проф. Г.Л. Багиева – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005 – 140 с.

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКИ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ХЛІБОПЕКАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

**Дурбалова Н. І., аспірант кафедри менеджменту і логістики,
Одеська національна академія харчових технологій**

Рішення проблеми формування та управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку є однією з функцій стратегічного управління. Для підприємств хлібопекарської галузі є актуальним формування системи стратегічного управління конкурентоспроможністю. Сучасний етап розвитку харчової промисловості характеризується підвищенням конкуренції на продовольчому ринку, на який виходять нові глобальні гравці, що призводить до значного перерозподілу ринкового впливу. Стратегічне управління дозволяє підприємствам збільшити горизонт планування, забезпечити ефективне управління конкурентними перевагами.

Управління конкурентоспроможністю полягає в формуванні певного рівня конкурентного потенціалу. Оскільки управління конкурентним потенціалом передбачає формування довгострокових стійких конкурентних переваг, то спостерігається чіткий взаємозв'язок між управлінням конкурентоспроможністю та стратегічним управлінням. Ґрунтуючись на системному, інституційному, стратегічному підходах, конкурентний потенціал можна визначити, як комплекс фінансово-інвестиційних, виробничих, інноваційних та людських ресурсів, який використовує підприємство задля створення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі та адекватного реагування на зміни мінливого середовища.

Аналіз стану хлібопекарської галузі показав, що основною тенденцією в даній галузі є скорочення обсягів виробництва. Зниження обсягів виробництва хліба та споживання обумовлено впливом цілої низки чинників. До числа таких факторів нами віднесено зниження чисельності населення країни, зміна споживчих переваг, зміна рівня доходів, причому зниження виробництва хліба та хлібобулочних виробів відбувається на тлі низького використання виробничих потужностей. За даними Державного комітету статистики України виробництво хліба та хлібобулочних виробів у 2018 р. скоротилося на 9,8 % в порівнянні з 2017 року і склало 468 тис. тонн, виробництво пшеничного та пшенично-житнього борошна скоротилося на 8,1 % та склало 819 тис. тонн. [1]. Сегмент «хлібобулочні вироби» складається з хлібу житньо-пшеничного і пшенично-житнього – 32 %, булочні вироби – 25 %, хліб пшеничний – 42 %, хліб житній – 1,1 %, хліб дієтичний – 0,1 %, хліб інший – 0,4 % [1].

Аналітики ринку прогнозують подальше зменшення споживання хліба: «...активність виробників повинна переміститися в поки мало заповнену нішу дієтичної хлібної продукції (білковий, бездріжджовий хліб), продукція з різними корисними добавками, оскільки набирає популярність рух за здорове харчування, що сприяє збільшенню потреби в таких продуктах. Частковий перехід на «нішеві» сорти хліба допоміг би виробникам компенсувати звуження традиційного ринку» [2].

Близько 60 % вітчизняного ринку займають шість найбільших компаній, а саме: ПАТ «Київхліб», ТОВ «Хлібний холдинг «Хлібні інвестиції», ПАТ «Концерн «Хлібпром», ТОВ «Хлібокомбінат «Кулиничі», ГК «Формула смаку», ГК «Хлібодар», холдинг «Золотий урожай» Lauffer Group. На частку міні-пекарень припадає 10 %, а решту 30 % національного виробництва хліба та хлібобулочних виробів забезпечують понад 100 хлібозаводів. Кожна група учасників має свою орієнтованість на ті чи інші сегменти ринку. Це обумовлено їх конкурентними перевагами та співвідношенням сильних/слабких сторін підприємства. В сучасних умовах функціонування хлібопекарської промисловості управління конкурентоспроможністю повинне ґрунтуватися на розробці довгострокової стратегії розвитку. Це дозволить нівелювати слабкі сторони і існуючі проблеми хлібопекарських підприємств, обумовлених переважанням короткострокових цілей.

Управління конкурентоспроможністю підприємства має ґрунтуватися на

проактивному підході до стратегічного управління. Хлібопекарські підприємства повинні відігравати активну роль у взаємодії із зовнішнім середовищем, крім цього, необхідно проводити моніторинг стратегії управління конкурентоспроможністю в оперативному режимі.

Підвищення конкурентного потенціалу підприємства має базуватися на основі управління стратегічними активами і компетенціями підприємства. Класичне уявлення про стратегічні активи – це ресурси, що перевершують за своїми параметрами аналогічні ресурси конкурентів. Стратегічні компетенції традиційно розглядаються як стратегічно значущі для бізнес-одиниці певні напрями діяльності, в яких вона найбільш сильна. Наявність стратегічних активів і компетенцій забезпечує підприємству стійку конкурентну перевагу, яке, в свою чергу, характеризується значимістю і довгостроковістю.

Література

1. Єрмков О. Ю. Напрями та ефективність підприємств хлібопродуктового комплексу: Економіка АПК, 2016, № 7. — С. 86-90.
2. Колотуша М.М. Методологічні засади аналізу фінансового стану хлібопекарської підгалузі харчової промисловості України // Економіст, 2017, № 5. – С. 15-27.
3. Укрхлібпром. Підсумки роботи підприємств хлібопекарської галузі, виконавчого апарату, [Електронний ресурс] – Режим доступу: URL: http://ukrhlbprom.org.ua/ua/novini/28_sichnja_2018_roku.ntml.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України, [Електронний ресурс] – Режим доступу: URL: www.ukrstat.gov.ua.

80. ОСНОВИ КОНЦЕПЦІЇ ІНКЛІЗИВНОГО РОЗВИТКУ	215
Мініна В.О., аспірант, Федорова Т.С., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса	
81. МОДЕРНІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	217
Чукурна О.П., к.е.н., доцент, ОНПУ, м. Одеса	
82. ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ХЛІБОПЕКАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	221
Дурбалова Н.І., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса	

ОНАХТ

МАТЕРІАЛИ

VII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

15-16 жовтня 2019 р.

ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА

ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

Рекомендовано до видання Вченою Радою Одеської національної академії харчових
технологій протоколом № 2 від 01.10.2019 р.

Підписано до друку 01.10.2019. Формат 60x84/16.
Папір офсетний.
Ум. друк. арк. 13,15.
Тираж 500 екземплярів.

Видавництво «Друк Південь»
Тел.: 0972122975