

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ  
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

**ЗБІРНИК  
НАУКОВИХ ПРАЦЬ**  
*МОЛОДИХ УЧЕНИХ,  
АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ*



ОДЕСА  
2018

ББК 36.81 + 36.82  
УДК 663 / 664

Головний редактор, д-р техн. наук, проф.  
Заступник головного редактора, канд. техн. наук, доцент.  
Відповідальний редактор, д-р техн. наук, проф.

Б.В. Єгоров  
Н.М. Поварова  
Г.М. Станкевич

Редакційна колегія  
доктори наук, професори:

Р.В. Амбарцумянц, А.Т. Безусов, С.В. Бельтюкова,  
О.Г. Бурдо, Л.Г. Віннікова, О.І. Гапонюк,  
К.Г. Іоргачова, Л.В. Капрельянц, Б.В. Косой,  
С.В. Котлик, Г.В. Крусір, М.Р. Мардар, В.І. Мілованов,  
В.В. Немченко, Л.А. Осипова, О.І. Павлов,  
В.М. Плотніков, І.І. Савенко, О.Є. Сергєєва,  
Л.М. Тележенко, О.С. Тітлов, Н.А. Ткаченко,  
О.Б. Ткаченко, Г.М. Хмельнюк, В.А. Хобін. Н.К. Черно,  
О.О. Коваленко, Д.О. Жигунов

доктори наук:

**Одеська національна академія харчових технологій**  
Збірник наукових праць молодих учених, аспірантів та студентів  
Міністерство освіти і науки України. – Одеса: 2018. – 240 с.

Збірник опубліковано за рішенням вченої ради від 03.07.2018 р., протокол № 15  
За достовірність інформації відповідає автор публікації

РОЗДІЛ 8

**ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-  
ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ  
ХАРЧОВОЇ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

– Пакування повинно привертати увагу споживача, пакування повинно виділятися серед іншого борошна. Пакування повинно бути інформативним, на пакуванні повинна міститися інформація, для більшої обізнаності споживачів.

– Для зниження впливу таких факторів як «поява нових конкурентів» і «зростаючий конкурентний тиск» можна використовувати такі принципи роботи – гнучку цінову політику, освоєння нових ринків збуту, активну роль маркетингу, розширення асортиментної лінії, заміна упаковки та її дизайну.

– Що стосується фактора «зниження купівельної здатності», то тут краще застосовувати такі принципи: проведення заходів з позиціонування нового продукту серед потенційних споживачів, заходів щодо розвитку самого споживача в питаннях харчування, у питаннях здорового способу життя. Це і тематичні передачі на телебачення, радіо, проведення лекцій про харчування, круглих столів, публікацій наукових статей у спеціалізованих журналах, газетах, випуск рекламних листівок, плакатів, проведення дегустацій в торгових мережах і т.д.

Науковий керівник – д-р техн.наук професор Мардар М.Р.

### Література

1. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навчальний посібник/За ред. Л.В. Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005.–301 с.– (Вища освіта XXI ст.)

## **ОБЛІК КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПЕРЕД ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ**

**Кукушкіна О.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕбІК  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Сучасні реалії свідчать про наростаючу кризу неплатежів між підприємствами України. Неприятлива економічна та політична ситуації, інколи відсутність чітких методичних рекомендацій щодо обліку, низький професійний рівень топ-менеджменту сучасних підприємств призвели до напруження стану розрахунків на підприємствах, що виражається, перш за все, у збільшеннях сум заборгованості та зростанні строків непогашення боргів.

В Україні на законодавчому рівні розрахунки з постачальниками та підрядниками урегульовано в П(С)БО 11 «Зобов'язання». Кредиторська заборгованість перед постачальниками утворюється шляхом придбання матеріальних цінностей з відстрочкою платежу (так званий товарний кредит), а при застосуванні попередньої або авансової оплати у покупця виникає дебіторська заборгованість за виданими авансами. До постачальників прийнято відносити фізичних та юридичних осіб, які здійснюють постачання сировини, матеріалів, палива, будівельних матеріалів, малоцінних та швидкозношуваних предметів, товарів, необоротних активів чи інших цінностей.

Кредиторська заборгованість, яка знаходиться в розпорядженні підприємства, є специфічним джерелом формування позикових коштів підприємств. Проте, залучення таких позикових засобів останнім часом спрямоване не на розвиток виробництва, а навпаки, на погашення своїх зобов'язань перед іншими кредиторами.

З розвитком конкуренції на ринку та зниженням прибутковості, перспективи розвитку господарюючих підприємств значною мірою залежать від стану та розмірів кре-

диторської заборгованості перед постачальниками та управління нею. Вміння планомірно і раціонально керувати цією заборгованістю в періоди погіршення кон'юнктури ринку підвищує шанси таких підприємств до збереження своїх позицій.

Основні причини збитковості сучасних підприємств криються в неефективному управлінні оборотним капіталом, у послабленні розрахунково-платіжної дисципліни, що призвело до значного зростання розмірів кредиторської заборгованості як основного джерела формування фінансових ресурсів багатьох суб'єктів господарювання.

Розмір заборгованості перед постачальниками істотно впливає на фінансовий стан підприємства. Прийнято вважати, що підприємство, яке користується в процесі здійснення своєї господарської діяльності тільки власним капіталом, має максимальну фінансову стійкість. Проте, з точки зору раціонального використання позикових коштів, незважаючи на їх платність, підприємства в даному випадку мають вищу рентабельність власних засобів.

Облік розрахунків з постачальниками на підприємствах має бути чітко контрольований. Причому не тільки на кінцеві звітні дати, що забезпечується засобами фінансового обліку, а й у будь-який момент за потреби управління. Отже, виникає потреба поглиблення інформативності обліку за цими об'єктами.

Таким чином, можна дійти висновку, що кредиторська заборгованість залишається вагомим складовим при формуванні фінансової структури капіталу. Визначення ефективності використання в обороті підприємства залучених та позикових коштів є важливим об'єктом управління цією заборгованістю. Для цього потрібно проводити порівняння прибутку і оборотів по рахунках кредиторської заборгованості, беручи до уваги різний час отримання та погашення кредитів і фактичне вилучення прибутку в результаті використання коштів кредиторів.

В цілому раціональна організація обліку та внутрішньогосподарського контролю потенційних постачальників та стану розрахунків з ними сприяє зміцненню договірної і розрахункової дисципліни, виконанню зобов'язань по поставках продукції в заданому асортименті і якості, підвищенню відповідальності за дотримання платіжної дисципліни, скороченню кредиторської заборгованості, прискоренню оборотності обігових коштів а, відтак, поліпшенню фінансового стану підприємства.

Організація обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками повинна забезпечити: своєчасну перевірку розрахунків з постачальниками та підрядниками; попередження прострочки кредиторської заборгованості.

Науковий керівник – ст. викл. Стасюкова К.В.

### Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання»: наказ Міністерства фінансів України від 31.01.2000 р. № 20. [Електронний ресурс]: Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00>.
2. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік розрахунків з постачальниками та підрядниками [Текст] / Ф.Ф. Бутинець: доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2009. – 912 с.
3. Сурніна К.С. Удосконалення обліку дебіторської і кредиторської заборгованості: [підручник] / К. С. Сурніна – Луганськ, 2012.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА Коломієць О.С. ....	201
ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕХНІЧНОГО СТАНУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ Прокопенко О.А. ....	203
ВНУТРІШНЯ ЗВІТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЩОДО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ Римар Г.А. ....	204
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА Римар Г.А. ....	207
ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ ВИПУСКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ Римар Г.А. ....	209
ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ І ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СФЕРИ ВІЗУАЛЬНОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГУ Новікова О.А., Пікінер Н.Є., Войчишенко Я.В. ....	211
МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ РИНКУ СОКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ Біденко Л.В. ....	213
КОНТЕКСТНА РЕКЛАМА ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ Жихарева Н.О. ....	216
ВПЛИВ МІЖНАРОДНИХ ДОГОВОРІВ НА ЗОВНІШНЮ ТОРГІВЛЮ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ Криштальова Н.В. ....	218
АНАЛІЗ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ Васильєва Ю.В. ....	219
SWOT – АНАЛІЗ НОВИХ ПРОДУКТІВ НА ОСНОВІ СПЕЛЬТИ Берченко К. А. ....	222
ОБЛІК КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПЕРЕД ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ Кукушкіна О.О. ....	224
МОДЕЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ Петрусь О.Л. ....	226
ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ Сумцова М.В. ....	227
ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИНОРІБНОЇ ГАЛУЗІ Кузнецова О.І. ....	229

Наукове видання

**Збірник наукових праць  
молодих учених, аспірантів  
та студентів**

**Том 1**

Головний редактор, д-р техн. наук, проф. Б.В. Єгоров  
Заст. головного редактора, канд. техн. наук, доц. Н.М. Поварова  
Відповідальний редактор, д-р техн. наук, проф. Г.М. Станкевич  
Технічні редактори А.В. Коваль, Т.Л. Дьяченко

Ум. друк. арк. 27,9.