

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



ТЕЗИ

**ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**6 – 7 КВІТНЯ 2021 р.
м. Одеса**

http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/4099/1/24_SCIENCE-PRODUCTION_XLIX.pdf.

4. Оптовий та роздрібний товарооборот підприємств оптової та роздрібною торгівлі [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВИРОБНИКА КОНЬЯЧНИХ ВИРОБІВ

**Шиленко І.І., СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Відоменко І. О.**

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Вступ. На сьогодні ринок коньяку є доволі насиченим та характеризується стабільним попитом на продукцію, який до початку пандемічної кризи, тільки зростав з кожним роком. Наразі обсяги виробництва коньяку в Україні повністю покривають попит населення всередині країни та дозволяють здійснювати експорт. Українські виробники коньяку співпрацюють з такими країнами як США, Китай, країнами Європейського союзу, Туреччиною та ін. Однак слід зазначити, що на внутрішньому ринку вітчизняні коньяки також конкурують з імпортними напоями, а враховуючи зниження купівельної спроможності населення України під час пандемії, на даному сегменті виноробної галузі конкурентна боротьба ставатиме жорсткіше. Саме тому пошук шляхів удосконалення системи управління конкурентоспроможністю виробників коньячних виробів є особливо актуальним в сучасних умовах.

Матеріали та методи. Питання конкурентоспроможності підприємств порушувались та висвітлювались у багатьох роботах, наприклад: М. Портера, Ж.-Ж. Ламбена, Ф. Котлера, А. Юданова, І. Ліфіца, Р. Фатхудинова, Г. Азоева, Т. Маслової, О. Михайленко, В. Холода, В. Благоєвої, та ін. [1-2]. Але наразі майже відсутні напрацювання з проблем побудови та вдосконалення систем управління конкурентоспроможністю, які б враховували галузеві аспекти, в тому числі й виноробної галузі та її сегменту коньячних виробів. Це й обумовило мету дослідження.

Результати. Як писав Майкл Портер: «Стратегічна позиція - це шлях, а не фіксований стан» [1]. Тому можна сказати, що вибір стратегії є одним із найголовніших та найважливіших інструментів управління конкурентоспроможністю підприємства. І саме відповідна стратегія конкуренції має бути покладена в основу розробки системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Система управління має містити сукупність управлінських методів, моделей та субмеханізмів, які б дозволяли проаналізувати конкурентоспроможність підприємства, визначити дієві заходи для її підвищення та реалізувати їх на практиці. Слід зазначити, що досить важливим елементом системи управління конкурентоспроможністю підприємства є інструментарій оцінки рівня його конкурентоспроможності: матричні методи оцінки конкурентоспроможності, індексні (аналітичні)

методи, графічні (радіальна діаграма, багатокутник конкурентоспроможності, метод профілів) та ін. Однак досить часто при їх застосуванні використовується стандартний набір факторів конкурентоспроможності, який не враховує специфіку галузі та особливості підприємства. Тому побудуємо модель оцінки впливу факторів конкурентоспроможності для підприємств виноробної галузі сегменту «Коньячні вироби» та визначимо їх наявність у основних виробників коньяків в Україні: ПрАТ «Одеський коньячний завод» (ТМ «Шустов») та ТОВ «ПТК «Шабо» (ТМ «Шабо») (табл.1). **Для виявлення основних факторів конкурентоспроможності підприємств виноробної галузі нами було проведено опитування співробітників відділів збуту цих підприємств.**

Таблиця 1 - Модель оцінки впливу факторів конкурентоспроможності для підприємств виноробної галузі сегменту «Коньячні вироби»

Фактор конкурентоспроможності	Ранг загально-галузевого впливу	Сила фактору (є/немає)	
		ТОВ «ПТК «Шабо»	ПрАТ «ОКЗ»
1. Виробнича потужність	7	+	
2. Рівень впізнання ТМ	4	+	+
3. Наявність патентів на продукцію	6		+
4. Стан обладнання	-		
5. Частка ринку	5	+	
6. Якість продукції	3	+	+
6.1. Прозорість (прозорі, з блиском, без сторонніх включень)	5	±	±
6.2. Осад (не більше 3,0%)	4	±	±
6.3. Колір (ординарні - від світло-золотистого до світло-коричневого із золотистим відтінком- від золотистого до темно-буришинового)	3		±
6.4. Букет аромату, смак (характерні для коньяків України конкретної назви, без сторонніх тонів)	1	±	±
6.5. Концентрація спирту 40-42%	2	±	±
6.6. Концентрація цукру (ординарні - 10-15 г/дм ³ , марочні-7-20 г/дм ³ *у перерахунку на інвертний)	6	±	±
7. Широкий асортимент	10		
8. Наявність та впровадження інноваційних технологій	8		
9. Вплив політики держави на ціноутворення	-	+	+
10. Структура управління	-	+	+
11. Ефективність системи управління	2		+
13. Чисельність персоналу	-		
14. Кваліфікація персоналу	9	+	+
15. Ціни на продукцію	1	+	+
16. Розташування підприємства	-		
17. Наявність торговельних точок, що належать підприємству	-		
18. Якість упакування продукції та розлив	-		
20. Імідж підприємства	4		+

*складено автором на основі [3]

Було проведено оцінку (ранжування) факторів конкурентоспроможності підприємств галузі: **було виставлено ранг від 1 до 10. Перший ранг було присвоєно найбільш вагомому фактору на сегменті, а 10 бал – найменш важливому. Ті фактори, які не отримали рангу виключено з подальшого аналізу як такі, які суттєво не впливають на конкурентоспроможність підприємств-виробників коньячних виробів.**

Слід зазначити, що якість продукції займає вагоме місце після цін на продукцію (сьогодні цей фактор виходить на перше місце майже у всіх галузях) та ефективності системи управління (яка впливає непрямо на усі фактори конкурентоспроможності, оскільки від неї залежить рівень витрат, активність маркетингових заходів, виробничий та логістичний процеси та ін.). Однак якість продукції – це комплексний показник [3], тому нами було проведено ранжування якісних параметрів коньячної продукції всередині показника (від 1 до 6 рангу). Звідси можливо зробити висновки, що продукція виробників коньяку в Україні повністю відповідає органолептичним та фізико-хімічним показникам.

Висновки. Таким чином, розроблена нами таблична модель оцінки впливу факторів конкурентоспроможності для підприємств виноробної галузі сегменту «Коньячні вироби» дозволяє чітко визначити фактори конкурентоспроможності, за якими слід здійснювати відповідні заходи для покращення конкурентної позиції підприємства, а це особливо важливо в умовах посилення насиченості ринку коньяків та брендів.

Література:

1. Портер М. Конкурентна стратегія. Методика аналізу галузей та конкурентів / Майкл Портер. 2017. – 456 с.
2. Михайленко О. В. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства [Електронний ресурс] / О. В. Михайленко, К. Г. Орлова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/15825>
3. Про затвердження Правил виробництва коньяків України : Наказ; Мінагрополітики України від 27.12.2017 № 702 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0875-18>

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ДИВЕРСИФІКОВАНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**Молодід А. Ю., студ. СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Відоменко І. О.**

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Вступ. Зерновий сектор України є стратегічною зоною господарювання, зерно і вироблені з нього харчові продукти становлять основу продовольчої гарантії забезпеченості країни. Україна – агропромисловий сектор світу, яка має 28% чорноземів та величезний аграрний потенціал. Однак, оскільки за останні роки основним джерелом надходжень коштів у бюджет є частка експорту зерна, країна поступово перетворюється на сировинну державу, саме

- Науковий керівник – д.е.н., доц. Радченко О. П.
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, м. Одеса
66. **РОЗВИТОК АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ** 138
Ступницька М.І., СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – проф. Седікова І. О.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
67. **ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ** 140
Муркалова Д.І., студ. СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Мужайло В.Д.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
68. **УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ ПОТОКАМИ ІТ ПІДПРИЄМСТВ** 141
Прунчак М.М., СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник: к.е.н., доц., докторант Козак К.Б.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
69. **РОЗВИТОК КУЛЬТУРИ ХАРЧУВАННЯ ПОЗА ДОМОМ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ РИНКУ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ** 144
Полянська Ю.Ю., СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – ст. викл. Коренман Є.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
70. **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА** 146
Юрчак М.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Відоменко І.О.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
71. **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВИРОБНИКА КОНЬЯЧНИХ ВИРОБІВ** 149
Шиленко І.І., СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Відоменко І. О.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
72. **УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ДИВЕРСИФІКОВАНОГО ПІДПРИЄМСТВА** 151
Молодід А. Ю., студ. СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Відоменко І. О.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
73. **УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ВИНОРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА** 153
Курганова А.В., студ. СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Відоменко І.О.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса