



**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

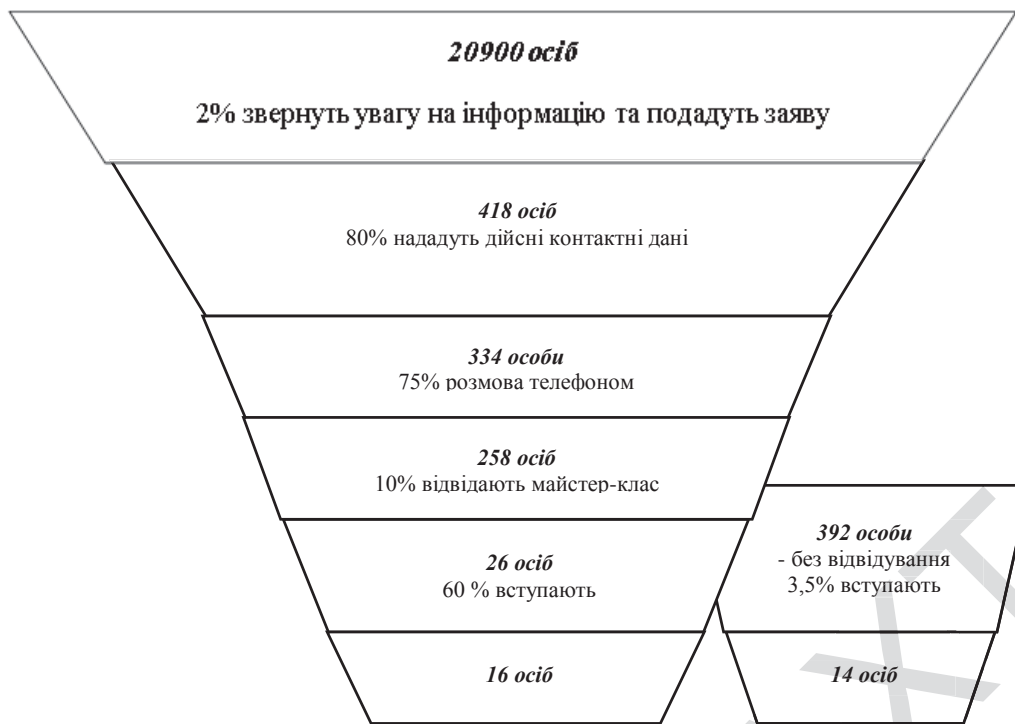


Рис. 1 - Воронка продажу освітньої послуги з спеціальності «маркетинг»  
Література

1. Шевченко Д.А. Ситуация на рынке маркетинговых исследований образовательных услуг // Маркетинговые коммуникации. 2013. №4. С. 214-225.
2. Голубьонкова О.О., Куприна І.О. Актуальные аспекты оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия // Економіка харчової промисловості. 2013. №1 (17). С. 29-31.

## МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Лобоцька Л.Л., к.т.н., доцент кафедри економіки промисловості,  
Орлова О.В., магістрант кафедри економіки промисловості  
Одеська національна академія харчових технологій

Асортимент продукції, яку випускає підприємство, є основою фінансового стану виробника, з одного боку, а з іншого, – визначає його місце на ринку. Тому ефективну асортиментну політику підприємства слід розглядати як інструмент досягнення певних цілей. Єдиного трактування змісту поняття «асортиментна політика» на сьогодні не існує. В дослідженні Біленького О.Ю. [1] наведено визначення цього поняття різними авторами, більшість яких підкреслює, що «асортиментна політика» підприємства – це систем дій, засобів для досягнення високих фінансових результатів виробника і забезпечення споживачів різноманітною якісною продукцією.

Для підприємств хлібопекарської галузі проблема оптимізації асортименту продукції особливо важлива тому, що хліб і хлібобулочні вироби (ХБВ) для вітчизняного споживача є продуктом номер один, і вимоги до його якості і ціни

дуже високі. Підприємства галузі випускають широкий асортимент продукції, який постійно поповнюється новими видами. Розширення, оновлення асортименту продукції підвищує конкурентоздатність підприємства на ринку.

В умовах скорочення споживання хліба і ХБВ в Україні [2 ], рис. 1, рі вень конкуренції на ринку зростає, що спонукає підприємства до пошуку шляхів підвищення ефективності їх діяльності, в тому числі за рахунок оптимізації асортименту.

На сьогодні розроблено багато методів аналізу ефективності управління асортиментом [1], [3]. Ефективність методів перш за все залежить від повноти інформаційної бази, зокрема від інформації про випуск і продажі кожного виду продукції, яка є результатом управлінського обліку. Чим детальніше буде представлена інформація про рівень продажу кожного найменування продукції, у тому числі по точках реалізації, тим більш якісним буде і сам аналіз і формулювання певних висновків і пропозицій щодо вдосконалення асортименту. В умовах широкого асортименту продукції виконання аналітичної роботи потребує застосування формалізованих методів і алгоритмів обробки інформації і ПЕОМ. Управління багатономенклатурним асортиментом доцільно проводити за допомогою методів ABC і XYZ – аналізів, які дозволяють виявити високо-рентабельні види продукції, швидкість і стабільність їх реалізації.



Рис. 1 – Динаміка виробництва хліба і хлібобулочних виробів в Україні за період 2007- 2018 рр.

На основі ABC – аналізу всю номенклатуру продукції ділять на групи. В основу методу покладено «правило Парето», за яким 20 % видів продукції дають 80 % прибутку. Ці види продукції утворюють групу А. Група В, яка становить 20-35 % всіх видів продукції, забезпечує 15 % продажів (прибутку), група С, яка включає 50-60 % найменувань, забезпечує 5 % продажів (прибутку). Групи 5-15-80 в реальних умовах можуть змінюватися і їх треба визначати індивідуально. Застосування готових програм, наприклад програми STATISTICA або EXCEL, дозволяють виконати цю роботу швидко і якісно.

XYZ – аналіз дає можливість оцінити ступінь стабільності продажу кожного найменування продукції. В основі аналізу лежить визначення коефіцієнта варіації рівня продажів. В групу Х включають товари з рівнем коефіцієнта варіації до 10 %, в групу Y – з рівнем коефіцієнта в межах 10 % - 25 %, в групу Z – з рівнем коефіцієнта вище 25 %. Для визначення груп також необхідно використовувати ПЕОМ і відповідне програмне забезпечення. Ще більш високого ефекту можна

досягти шляхом поєднання обох методів. В цьому випадку отримують своєрідну матрицю виду, рис.2. Не всі клітини матриці можуть бути заповненими, але склад матриці допоможе визначити характеристики кожного виду продукції.

	X	Y	Z
A	AX	AY	AZ
B	BX	BY	BZ
C	CX	CY	CZ

↑ Частка виручки (прибутку)

← Стабільність продажів

Рис. 2 – Матриця ABC-XYZ

Класифікація продукції дає можливість визначити найбільш вагомі і важливі види продукції, які необхідно постійно контролювати і слідкувати за рівнем їх цін. Дані про обсяги продажів видів продукції дають можливість побудувати моделі прогнозу, що в свою чергу, забезпечить інформацією задачу оптимізації плану випуску продукції в асортименті, в якій будуть враховані технічні, сировинні, трудові ресурси підприємства. Таким чином, управління асортиментом продукції може бути автоматизовано шляхом розв'язання низки взаємозв'язаних задач, що забезпечить його високу ефективність.

#### Література

1. Біленький О.Ю. Вдосконалення системи управління асортиментом продукції: напрями та результативність.// Вісник ОНУ ім. І.І. Мечнікова. 2013. Т.18. Вип. 1/1. С. 31-37
2. Промисловість. Виробництво промислової продукції за видами. Державний комітет статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Верба В.А., Ліщинська В.В. Оптимізація товарного портфеля як чинник підвищення ефективності виробничого підприємства.//Проблеми економіки. 2014. № 4. С. 262-267

## ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

Свістун Т.В., к.е.н., доцент кафедри управління бізнесом,  
Мороз Д.О., магістрант кафедри управління бізнесом  
Одеська національна академія харчових технологій

Особливим предметом дослідження ринку м'ясопереробної промисловості є його кон'юнктура. Кон'юнктура ринку – це сукупність технічних, економічних, громадських та юридичних умов, які визначають виробництво, попит і ціни на товари, незалежно від господарюючих суб'єктів [2, с.26].

Виробництво м'ясних продуктів (свинини, великої рогатої худоби і т. П.) в одному році обсяг виробництва виростає, в наступному падає. Але якщо порівнювати 2017 рік з 2011-им, то помітно, що загальний тренд - падіння виробництва.

Проте, при зниженні виробництва зростає експорт (за рахунок птиці). Імпорт теж підвищується завдяки тій же птиці, і швидше за експорт, що цілком зрозуміло: попит залишається тим самим і навіть збільшується, а своє виробництво зменшується.

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 БІОГАЗУ 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