

**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**

5. Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року: розпорядження Кабінету міністрів України, чинний документ № 504-2017-р від 24.05.2017 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/504-2017-%DI%80#n8>.

СИСТЕМА СТРАТЕГІЙ ВИНОРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Духнич Е.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ

Науковий керівник – к.е.н., доц. Агеєва І.М.

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Прискорення та ускладнення змін бізнес-середовища є характерною ознакою більшості сучасних ринків. За таких умов діяльність підприємств усе меншою мірою відповідає заздалегідь визначеному алгоритму з кількісними довгостроковими цільовими параметрами розвитку, а методологія стратегічного менеджменту виходить на передові позиції в системі корпоративного управління.

Особливу значимість стратегічний підхід в управлінні має для галузей із динамічною і диференційованою структурою підприємств, що перебувають під зростаючим тиском дестабілізуючих зовнішніх чинників. Так, виноробна галузь України представлена технологічно пов'язаними підприємствами первинного (вирощування винограду і виробництво виноматеріалів) та вторинного (виробництво винної продукції) виноробства, що обумовлює високий рівень їх взаємозалежності і, як наслідок, ускладнення впливу зовнішніх організаційних чинників. Виробляючи продукцію з високою еластичністю попиту, виноробні підприємства стикаються з його непередбачуваною динамікою, яка залежить від рівня доходів споживачів, посилення конкуренції з боку товарів-замінників, інтенсивності конкуренції у сфері експортно-імпортних операцій, тощо [1].

Динаміка основних показників розвитку виноградарства та виноробства в Україні за підсумками 2018 року свідчить про те, що площі під виноградними насадженнями практично не змінилися (43 тис. га в 2018 році, тимчасом як у 2017-му складала 43,5 тис. га). Водночас це майже вдвічі менше, ніж було в 2013 році, до анексії АР Крим, коли цей показник складав 75,1 тис. га. У 2018-му в Україні закладено 527,1 га виноградників: у Миколаївській області – 184,2 га, Одеській – 137,5 га, Херсонській – 25,3 га, Запорізькій – 18,4 га. Попри незначне зменшення площ під виноградними насадженнями валовий збір винограду в країні дещо збільшився завдяки сприятливим погодно-кліматичним умовам. Зокрема, в 2018 році Україна збрала 467,6 тис. т винограду, а у 2017-му – 409,6 тис. т. Тобто, торік урожай винограду зріс на 58 тис. т, чи на 14,2 %. Також минулого року дещо зросло виробництво виноградного вина: 6768 тис. дал порівняно з 6671 тис. дал у 2017-му (на 97 тис. дал більше, або ж + 1,5 %). Зросло і виробництво коньяку в Україні: 2268,9 тис. дал у 2018, що на 113,4 тис. дал більше, ніж у 2017 році (або + 5,3 %) [2].

Для України світовий ринок винограду представляє значний інтерес, адже, наприклад, країни ЄС лише на 75% покривають внутрішні потреби його споживання за рахунок власного виробництва. Ринок Росії, Казахстану

та інших країн СНД також має певні перспективи, розумне використання яких може прискорити розвиток вітчизняного виноградарства [3].

Менеджери розробляють стратегії для того, щоб визначити, в якому напрямі буде розвиватися підприємство, і приймати обґрунтовані рішення при виборі способу дій.

Стратегічний набір – це система стратегій різного типу, що їх розробляє підприємство на певний відрізок часу, яка відображає специфіку функціонування та розвитку підприємства, а також рівень його претендування на місце й роль у зовнішньому середовищі [4].

Отже, аналізуючи вище викладені матеріали, можна дійти висновку, що підприємствам виноробної галузі слід націлити свої сили на впровадження систематичне вдосконалення стратегій на підприємстві. На мою думку основними стратегіями на які слід звернути увагу це – функціональну стратегію, конкурентну, та слід шукати виходи на світові ринки. Вдосконаливши себе в першу чергу так, щоб мати змогу конкурувати із підприємствами Європейського ринку виноробництва.

Крім базових стратегій актуальним буде перегляд та удосконалення функціональних стратегій: маркетингова, виробнича, стратегія організаційних змін, фінансова стратегія та стратегія інновацій, які фокусують в собі низку заходів в межах стратегії росту.

Література:

1. Дисертація «Поліморфізм стратегій підприємства в диференційованих умовах середовища», Дрінь О. Я., УДК 005.21: 005.93: 658.1 (043.3).
2. Веб-сайт «СИНГЕНТА», Агро-прогноз, [Електронний ресурс] : <https://www.syngenta.ua>
3. Сайт з публікації наукових статей «ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЧНОГО НАБОРУ», Агеєва І.М., УДК 005.52:005.33:663.25.013:339.137.2, Том 10, Випуск 2/2018, [Електронний ресурс]: https://www.researchgate.net/publication/326279805_PLANUVANNA_ROZVITKU_PIDPRIEMSTVA_NA_OSNOVI_ROZROBKI_STRATEGICNOGO_NABORU
4. Онлайн бібліотека, навчальний посібник «Економіка і підприємництво, менеджмент», Київ-2015р., [Електронний ресурс] : https://pidru4niki.com/80525/ekonomika/protses_strategichnogo_menedzhmentu_osoblivosti

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСАХ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ

Кирилова В.П. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – д.е.н., проф. Ніколюк О.В.

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Одним із пріоритетних напрямів державної політики України є розвиток інформаційного суспільства, покликаного створити інноваційну модель розвитку високотехнологічного урядування, коли громадяни мають

74. **ОСОБЛИВОСТІ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ НА СУЧАСНИХ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ** 156
Кошкіна М.Ю., студ. СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – ст. викладач Левчук Ю.С.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
75. **ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ КОРОНОВІРУСУ** 158
Полоус Д.Т. студ. СВО «Магістр» факультету ММіЛ
Науковий керівник - к.е.н., доц. Дьяченко Ю.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
76. **ОСОБЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ** 161
Ніколенко Н.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ група ГРС-202
Науковий керівник – к.е.н., доц. Колеснікова К.С.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
77. **ФОРМИ ФАСИЛІТАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА** 164
Бархам Д.А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ
Науковий керівник – к.е.н., ст. викл. Бондар В.А.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
78. **СИСТЕМА СТРАТЕГІЙ ВИНОРІБНОГО ПІДПРИЄМСТВА** 166
Духнич Е.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агєєва І.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
79. **ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСАХ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ** 167
Кирилова В.П. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – д.е.н., проф. Ніколюк О.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
80. **БЕНЧМАРКІНГ ЯКОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ КОМПАНІЙ-ПЕРЕВІЗНИКІВ** 170
Садовська І.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – ст. викладач Бренер О.Д.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
81. **РОЗРОБКА СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ** 173
Русецька А.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агєєва І.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
82. **ОПТИМІЗАЦІЯ ВАНТАЖНО-РОЗВАНТАЖУВАЛЬНИХ РОБІТ ПРИ ТРАНСПОРТУВАННІ ЗЕРНА** 175
Курнік Б.В. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Дроздова В.А.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса