

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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



МАТЕРІАЛИ

**ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
19 – 20 ЖОВТНЯ 2021 р.**

**«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ»**

м. Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції 19-20 жовтня 2021 року. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2021. – 369 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 Мельник Ю.М. - д-р екон. наук, професор, директор ННПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНАХТ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Купріна Н.М. – д.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Савенко І.І. – д.е.н., проф., Іванченкова Л.В. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Неустроєв Ю.Г. – к.е.н., доц.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

України, що відкриє для неї новий ринок для товарообміну та нових споживачів. Сучасне функціонування підприємств торгівлі вимагає від підприємств креативної поведінки для того, щоб бути у сфері уваги їх клієнтів. Ефективно налаштоване постачання інформації про українські компанії на європейський ринок збільшить обізнаність громадян тих країн та додасть їм простір для вибору.

Література

1. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг в діяльності українських підприємств. Київ: Знання-прес, 2007. 446 с.

2. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління ринковою діяльністю підприємства. Київ: Київський національний економічний ун-т, 2004. 41с.

НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ ПРОАКТИВНИХ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Дурбалова Н. І., аспірантка

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

У зв'язку із постійно наростаючою конкуренцією на внутрішньому ринку та інтеграцією хлібопекарських підприємств у світове господарство, в практиці управління зростає необхідність вирішення стратегічних завдань. Це спонукає дослідження методичних підходів до процесу формування проактивної стратегії розвитку підприємств хлібопекарської галузі. Незважаючи на всі відмінності, усі концепції об'єднує одна спільна мета – підвищення ефективності підприємства у порівнянні із іншими підприємствами галузі, які разом формують єдине конкурентне середовище. Зростає також усвідомлення того, що у високо динамічних конкурентних середовищах традиційний підхід до розробки стратегії часто не дає бажаних результатів, і промислові підприємства повинні орієнтуватись на більш динамічні концепції, так як основні умови змінюються раніше, ніж сформульовані стратегії досягають цілковитого втілення. Але залишається незрозумілим, як досягти проактивного підходу до розробки стратегії [1].

Для забезпечення проактивного підходу до формулювання і впровадження стратегії, підприємство повинно створити таке внутрішнє середовище, яке поєднувало б у собі високу ступінь стабільності, а з іншого боку – було достатньо гнучким для успішного використання наявних можливостей. Для швидкого впровадження проактивної стратегії, стратегічний процес повинен містити необхідну комбінацію процесів

вертикальної, горизонтальної та перехресної перевірки, щоб забезпечувати правильність загальних дій та стратегій [2].

Алгоритм стратегічного процесу, який на нашу думку дозволить підприємствам хлібопекарської галузі запровадити проактивні стратегії та своєчасно використовувати усі наявні можливості на ринку повинен складатись з наступних етапів:

1. На етапі стратегічної оцінки, підприємству потрібно вирішити питання «Де ми знаходимось і чого бажаємо досягти?». Метою першого кроку є отримання високого рівня огляду поточного стану, виявлення критичних проблем та потенційних причин. [3].

2. Розробка стратегічного бачення включає розробку цілі, визначення основних цінностей та принципів, встановлення конкретної місії та стратегічних цілей, що мають бути досягнуті протягом двох-трьох років.

3. Етап вироблення стратегічної сегментації містить зовнішній процес, який визначає сегменти ринку, які повинні управлятися підприємством по-різному. Метою цього кроку у процесі є розділення майбутнього середовища на окремі сегменти.

4. Для того щоб обрати конкурентну позицію, хлібопекарське підприємство повинно визначитись із конкурентною стратегією, яку воно буде використовувати для створення стратегічного прориву. Головним завданням цього кроку є досягнення чіткого розуміння майбутньої привабливості стратегічних сегментів підприємства, що були визначені на етапі стратегічної сегментації.

5. Визначення бізнес-моделі є комплексним процесом, який вимагає від підприємства розуміння того, яка бізнес-модель є найкращою для конкретного стратегічного бізнес-сегмента [4].

6. Розробка стратегічного портфелю дозволяє вирішити питання якнайкращого використання наявних стратегічних бізнес-сегментів для досягнення стратегічного прориву.

7. Для подолання потенційних розбіжностей, які можуть негативно вплинути на розробку проактивної конкурентної стратегії та досягнення стратегічного прориву, хлібопекарське підприємство повинно розробити стратегічні ініціативи після виникнення кожної розбіжності [5].

8. Для того, щоб підготувати хлібопекарське підприємство для ефективного впровадження проактивної конкурентної стратегії, його управлінській команді потрібно розробити фінансові та бюджетні плани, які забезпечать наявність усіх необхідних ресурсів.

9. Впровадження стратегічних ініціатив дозволяє управлінській команді підприємства зрозуміти які кроки ще потрібно зробити для вдалого структурування реалізації та виконання стратегічних ініціатив.

10. Останній етап дозволяє підприємству зрозуміти яким чином воно буде очікувати на майбутні розбіжності, які могли б загрожувати впровадженню проактивної конкурентної стратегії [6].

Таким чином, впровадження проактивної конкурентної стратегії хлібопекарським підприємством можливе за умови дотримання послідовності кроків: від стратегічної оцінки до реалізації системи стратегічного менеджменту. Стратегічне планування як формалізований процес постановки стратегічних цілей і розробки багатоваріантного стратегічного плану їх досягнення, має вирішальну роль у подальшому успіху підприємств хлібопекарської галузі.

Література

1. Завертаний Д. В. Особливості механізму управління динамічними конкурентними стратегіями хлібопекарських підприємств. Матеріали 73-ї наукової конференції професорсько-викладацького складу економіко-правового факультету ОНУ імені І. І. Мечникова. Одеса : Фенікс, 2018. С. 187 – 190.
2. La Piana David. Play to win : The nonprofit guide to competitive strategy. John Wiley & Sons, 2005. 213 p.
3. Klaus North, Gregorio Varvakis, Competitive Strategies for Small and Medium Enterprises. Springer, 2016. 281 p.
4. Kim Warren, Competitive Strategy Dynamics. John Wiley & Sons, 2002. 330 p.
5. Jain S. C. Marketing planning & strategy (4th ed.). Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Co, 1993. 920 p.
6. David F. R. Strategic management (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1997. 659 p.

МЕТОДОЛОГІЯ РИЗИК-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Седіков Д. В., викладач

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Концепція ризик-орієнтованого підходу широко застосовується в Україні та світі при здійсненні державного нагляду та контролю за діяльністю небезпечних об'єктів управління та бізнесом [1]. Однак даний підхід використовується лише в частині можливостей його реалізації, а саме як функція контролю за об'єктом. На сьогодні методологія ризик-орієнтованого підходу знаходиться в стадії становлення та потребує подальшого

- Асауленко Н. В., аспірант, ст. викладач кафедри, ОНАХТ, м. Одеса
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ
АГРОПРОМИСЛОВОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ 302
92. Мануїлова К.В., д.н. з держ. упр., доцент; Полянській А.О., магістрант.
ОНАХТ, м. Одеса, Україна
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
ФІРМ НА РИНКАХ УКРАЇНИ 305
93. Чабаров В.О. к.т.н., доцент; Євтушок О.В., к.е.н., ст. викладач. ОНАХТ, м.
Одеса, Україна
НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ ПРОАКТИВНИХ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ
ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ 310
94. Дурбалова Н.І., аспірантка, ОНАХТ, м. Одеса, Україна
МЕТОДОЛОГІЯ РИЗИК-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ
ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА 312
95. Седіков Д. В., викладач, ОНАХТ, м. Одеса, Україна
СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ПОРТОВИХ ЕЛЕВАТОРІВ ЯК
ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ 315
96. Відоменко І.О., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна
АНАЛІЗ МАКРОСЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ З
ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ 319
97. Ринкова А.А., аспірантка, ОНАХТ, м. Одеса, Україна
ПЕРСИСТЕНТНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ
УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ 322
98. Купріна Н.М., д.е.н., доцент, декан ф-ту економіки, бізнесу і контролю,
ОНАХТ, м. Одеса, Україна
РИЗИКИ ХЛІБОПЕКАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 327
99. Басюркіна Н. Й., д.е.н., професор; Ласкаєв О. М., аспірант. ОНАХТ, м. Одеса,
Україна
СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ТА СЕРЕДНІМ БІЗНЕСОМ
В УКРАЇНІ 330
100. Константинова Т.В., к.е.н., ст. викладач; Шалений В.А., к.е.н., доцент;
Бровкіна Ю.О., к.е.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна
ШЛЯХИ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ
ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В КРИЗОВИХ УМОВАХ 332
101. Колесник В.І., к.е.н., доцент; Немченко Г.В., PhD, асистент. ОНАХТ, м.
Одеса, Україна
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ 334
102. Басюркіна Н.Й., д.е.н., професор; Пакуленко О.В., магістрант. ОНАХТ, м.
Одеса, Україна
НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРНИХ
ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ 337
- 103.