

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА:
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА
ПРАКТИКИ

МАТЕРІАЛИ
ВОСЬМОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

Одеса
Видавець Бондаренко М. О.
2019

УДК 334.716 (043.2)
Е 40

Матеріали конференції публікуються в авторській редакції з незначною загальною правкою укладачів

Укладачі – науковці кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності Одеського національного економічного університету:

Янковий О. Г. – доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України;

Семенова В. Г. – доктор економічних наук, професор;

Єгунов Ю. А. – кандидат економічних наук, доцент;

Дегтярєва О. О. – кандидат економічних наук, доцент;

Кошельок Г. В. – кандидат економічних наук, доцент;

Бабій О. М. – кандидат економічних наук, доцент;

Танасюк І. М. – кандидат економічних наук, доцент;

Літвінова В. О. – кандидат економічних наук, доцент.

Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики:

Е 40 Матеріали восьмої міжнар. наук.-практ. конф., 13-14 вересня 2019 р. – Одеса: Бондаренко М. О., 2019. – 294 с.

ISBN 978-617-7829-02-6

Для студентів економічних спеціальностей, викладачів, аспірантів і докторантів вищих навчальних закладів, підприємців і працівників управлінської діяльності підприємств та організації

УДК 334.716 (043.2)

ISBN 978-617-7829-02-6

© Одеський національний економічний університет, 2019

Коренман Є.М.	Стратегічні напрями розвитку підприємств плодоовочевої консервної промисловості	145
Ващенко О.П.	Роль корпоративної культури в системі управління людськими ресурсами підприємства	147
Грицай О.І., Паньків М.М.	Ідентифікація витрат на економічну безпеку підприємства: відображення в обліку та звітності	149
Присвітла О.В., Коваленко А.Є.	Соціальна відповідальність бізнесу як складова стратегії соціально-економічного розвитку підприємства	151
Танасюк І.М., Малишко А.В.	Формування конкурентних переваг ТОВ «Телекарт-Прилад» у сучасних умовах	153
Захаренко О.О., Безугленко О.Ю.	Стратегії підприємств на ринку капіталу	155

4. ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Пантелеев В.П.	Контроль над підприємствами за глобальними принципами управлінського обліку	157
Шалімова Н.С.	Вплив тристоронніх відносин на формат договорів на виконання завдань з аудиту інтегрованих структур	159
Крюкова І.О., Олійник О.О.	планування грошових потоків бізнес-суб'єктів аграрної економіки	161
Єгунов Ю.А., Єгунова І.М.	Підвищення коректності розподілу непрямих витрат в умовах багатоміноменклатурного виробництва	163
Максимова А.В.	Необхідність податкового планування в сучасних умовах діяльності підприємств	165
Малишко В.С., Малишко А.В.	Планування започаткування підприємницької діяльності у сфері послуг автосервісу	167
Чухраєва Н.М., Муха Г.В.	Бюджетування як ефективна технологія оптимізації процесу управління на підприємстві	169
Курносів О.В.	Оптимізація податкового планування на підприємствах-учасниках зовнішньоекономічної діяльності	171
Чернова В.В.	Практичні аспекти впровадження системи бюджетування на промисловому підприємстві	173
Ісаншина Г.Ю.	Вимоги розкриття та рівень довіри до інформації у фінансових звітах компаній	175
Марій О.Т.	Стан та проблеми логістичної діяльності підприємств торгівлі	177

5. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Баюра Д.О.	Ефективність корпоративного управління у поведінковій економіці	179
Купінець Л.Є.	Моделі корпоративного управління в умовах розвитку екологізації економіки	181
Гончаренко О.М., Слатвінська М.О.	Методичні аспекти оптимального управління підприємством	183
Янковий О.Г., Белік С.О.	Показники ефективності використання й забезпечення підприємства основними виробничими фондами	185

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПЛОДОООВОЧЕВОЇ КОНСЕРВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Проблема здорового та якісного харчування людей уже протягом багатьох років є однією з найактуальніших. Останніми роками спостерігається різке зниження споживання свіжих фруктів, ягід (58 % від норми) та овочів (74 % від норми), крім борщового набору. Тому плодоовочева консервна промисловість є тією ланкою, яка потребує постійної і неослабної уваги. Розвиток її мав свої піднесення і занепади.

Плодоовочева галузь – галузь харчової промисловості, підприємства якої займаються первинною переробкою і зберіганням овочів, плодів, ягід, картоплі та грибів. Основна продукція: сушені овочі, фрукти і картопля; солоні й квашені овочі, фрукти й гриби; плодоовочеві та грибні консерви; свіжоморожені овочі, ягоди; екстракти, соки, морси тощо. З усіх видів плодово-овочевого консервування в Україні найбільш розповсюджено виробництво соків, консервованих овочів (огірки, томати, горошок, кукурудза, бобові та ін.) [2].

Найбільші підприємства працюють в таких містах, як Одеса, Херсон, Мелітополь, Вінниця, Кам'янець-Подільський, Черкаси, Біла Церква, Ніжин.

Значення консервування овочів та фруктів полягає в тому, що воно забезпечує їх тривале зберігання, високі смакові та харчові властивості, компенсує дефіцит плодовоовочевих продуктів у зимово-осінній період. Плодоовочеві продукти є важливим джерелом вуглеводів, органічних кислот, мінеральних солей і вітамінів, але їх споживання у свіжому вигляді обмежується через сезонність і територіальні відмінності природних умов. Вирішальним фактором розвитку і розміщення плодово-овочеконсервної промисловості є сировинний. Це пояснюється передусім тим, що овочі та фрукти зберігаються не довго, та є мало транспортабельними.

На сьогоднішній день розвиток підприємств переробки даної галузі залежить від багатьох, як внутрішніх, так і зовнішніх чинників: високої конкуренції, зростання попиту, коливання цін на продукцію, кліматичних умов, характеристик товарів та потенціалу самого підприємства.

Економічне середовище нині в Україні характеризується значною нестабільністю. Зростає рівень невизначеності та ризику, що ускладнює діяльність підприємств як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Крім того, на діяльність підприємств галузі згубно впливають нестабільність фінансової системи, а також погіршення демографічної ситуації в державі.

Культурні та соціальні фактори, проявляються в тому, що ставлення вітчизняних споживачів до традиційних продуктів переробки овочів і фруктів у цілому є позитивним. Однак у сучасних умовах основна маса населення

України віддає перевагу найнеобхіднішим і найдешевшим продуктам.

Вплив природних факторів на роботу підприємств галузі: наприклад, роки, не врожайні для зерняткових культур, томатів або іншої овочевої та садової продукції, спричиняють дефіцит відповідної сировини, що вимагає додаткових зусиль для її залучення з інших регіонів і, зрештою, призводять до зростання витрат на виробництво.

Ефективність діяльності консервних заводів великою мірою залежить від факторів мікросередовища. Зокрема, постачальники сировини та матеріальних ресурсів значною мірою зумовлюють ритмічність їх роботи, обсяг виробничих затрат, якість продукції тощо. Сьогодні, не маючи гарантій щодо збуту продукції, сільськогосподарські товаровиробники скорочують вирощування трудомістких овочевих культур, ягід тощо.

Половина ринку плодово-овочевої консервації України розподілена між декількома великими виробниками, котрі мають можливість переробляти власну сировину та вести агресивну маркетингову політику. Значна доля ринку на початок 2019 р. належала компаніям, які представлені такими торговельними марками, як: «ВЕРЕС», «Чумак», «Торчин продукт», «Ніжин»[1].

Населення почало відходити від консервації таких важких і проблематичних видів консервування, як: горошок, кукурудза, бобові, гриби, овочева ікра та ін. Завдяки цьому, збільшився попит і виробники почали розширювати свої сегменти ринку. Стабільній попит дозволив виробникам купувати нові виробничі потужності. Повстала головна проблема - сировина, виробники вирішили це завдяки зворотній інтеграції.

На протязі 2017-2019 рр. ринок плодово-овочевої консервації живе завдяки трьом основним тенденціям: 1. Перерозподіл частки на ринку. 2. Зміна споживчих властивостей. 3. Запровадження ресурсозберігаючих технологій. 4. Запровадження нових логістичних схем.

Виходячи з аналізу стратегічних рішень досліджуваних підприємств, факторами успіху можна назвати наступні:

1. Розвиток всесезонних напрямів та диверсифікація виробництва для боротьби з сезонністю виробництва та реалізації продукції (продукція соусної групи, гриби).

2. Вертикальна інтеграція у напрямку співпраці з фермерськими господарствами або створення власної сировинної бази; інтеграція зі збутовими компаніями та роздрібними мережами

3. Збільшення бюджету на освоєння нових технологій та розробку інноваційних продуктів.

Література

1. Офіційний Інтернет-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

2. Офіційний Інтернет-сайт Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку України. URL: <http://www.smida.gov.ua>