**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

# ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

# 75 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

# ВИКЛАДАЧІВ АКАДЕМІЇ

**Одеса 2015**

## СЕКЦІЯ МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ

# PEST-АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА КОМБІКОРМІВ ДЛЯ ДЕКОРАТИВНОЇ ТА СПІВУЧОЇ ПТИЦІ

**Мардар М.Р. д-р техн. наук, доц., Бордун Т.В., канд. техн. наук, доц.,**
**Кручек О.А. канд. техн. наук, доц., Пономаренко Т., студ.**
**Одеська національна академія харчових технологій**

Одним із головних умов ефективного функціонування будь-якого підприємства є чітко сформована стратегія його поводження. Правильно обрана стратегічна політика підприємства у фінансовому аспекті не тільки допоможе закріпити позиції на ринку, але й буде сприяти тенденції розвитку підприємства в цілому.

Для цього може бути застосований такий метод стратегічного аналізу, як PEST-аналіз – інструмент, призначений для виявлення політичних, економічних, соціальних і технологічних аспектів зовнішнього середовища, які впливають на бізнес компанії. За допомогою PEST-аналізу здійснюється аналіз макросередовища підприємства, що значною мірою дозволяє розробити фінансову стратегію, яка була б адекватною до умов макросередовища. При проведенні PEST-аналізу необхідно проаналізувати можливий вплив на діяльність підприємства чотирьох основних факторів макроекономічного середовища: Political політичний; Economic економічний; Social соціальний; Technological технологічний.

При оцінюванні політичних, економічних, соціально-культурних і технологічних факторів, необхідно враховувати не тільки їх фактичний стан, а й прогнозувати можливі зміни кожного фактора на кілька років вперед [1]. У таблиці наведено основні ключові фактори впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємств з виробництва комбікормів для декоративної та співучої птиці.

**Таблиця – PEST-аналіз маркетингового середовища підприємств з виробництва комбікормів для декоративної та співучої птиці**

| P | Політичні | E | Економічні |
|---|---|---|---|
| | • Нестабільна політична ситуація в країні<br>• Зміна податкового законодавства<br>• Державне регулювання конкуренції у комбікормової галузі<br>• Державна політика у харчовій та переробної галузі<br>• Сучасні світові тенденції розвитку комбікормової галузі | | • Економічна ситуація в Україні<br>• Темп інфляції<br>• Нестабільність національної валюти<br>• Зміни тарифів на основні витрати підприємств:<br>— витрати на сировину<br>— витрати на енергоносії<br>— витрати на транспортування<br>• Зменшення рівня доходу населення |
| **S** | **Соціальні** | **T** | **Технологічні** |
| | • Зміна ролі тварин, гуманізація<br>• Урбанізація населення<br>• Зміни у рівні життя населення | | • Поява нових технологій виробництва комбікормів для декоративної та співучої птиці на основі наукових досягнень<br>• Активний розвиток мережі Інтернет<br>• Поява нових рекламоносіїв |

Політичний фактор зовнішнього середовища вивчається, в першу чергу, для того, щоб мати розуміння про наміри органів державної влади відносно розвитку суспільства й про кошти, за допомогою яких держава припускає запроваджувати в життя свою політику.

Аналіз економічного аспекту зовнішнього середовища дозволяє зрозуміти, як на рівні держави формуються й розподіляються економічні ресурси. Для більшості підприємств це є найважливішою умовою їхньої ділової активності [2].

Вивчення соціального компонента зовнішнього оточення спрямоване на те, щоб усвідомити й оцінити вплив на бізнес таких соціальних явищ, як ставлення людей до праці та якості життя, мобільність людей, активність споживачів та ін.

Аналіз технологічного компонента дозволяє передбачати можливості, пов'язані з розвитком науки й техніки, вчасно переорієнтуватися на виробництво й реалізацію технологічно перспективного продукту, спрогнозувати момент відмови від використовуваної технології.

Далі проведено розрахунки впливу зовнішніх факторів на підприємства з виробництва комбікормів для декоративної та співучої птиці. Встановлено, що найбільший вплив на діяльність підприємств здійснюють такі фактори політичного середовища, як державна політика у харчовій та переробній галузі, та законодавча база, а негативний - політична нестабільність, оскільки підприємство повинне мати чітке уявлення про наміри органів влади щодо розвитку в суспільстві, зміни в законодавстві, правовому регулюванні та оподаткуванні. Найбільший вплив на підприємства з виробництва комбікормів здійснюють такі фактори економічного середовища, як темп інфляції, зміна тарифів на основні витрати підприємств, рівень доходу населення. Отже, зміни в стані економіки – один із найважливіших факторів, що визначає нормальне функціонування підприємств комбікормової галузі, тому що «слабка» економіка держави різко зменшує ці можливості. Але позитивний вплив на ринок комбікормів для декоративної та співучої птиці надають соціально-культурні фактори, а саме, зміна ролі тварин у суспільстві, зміна базових цінностей населення, а також технологічні фактори – це поява нових технологій у виробництві кормів, поява нових рекламоносіїв, які будуть сприяти ефективному товаропросуванню корму на ринок України.

Також у ході досліджень запропоновано ряд стратегій розвитку підприємства з виробництва комбікормів для декоративної та співучої птиці:

1. Стратегія посилення позицій на ринку – спрямування заводами більшої частини маркетингових зусиль на поліпшення свого становища на національному ринку.
2. Стратегія розширення ринку – постійне збільшення обсягів постачань продукції підприємств за кордон і пошук нових партнерів в інших країнах.
3. Стратегія розвитку продукту – постійне розширення заводами своєї асортиментної лінійки.
4. Стратегія зворотної вертикальної інтеграції – створення підприємствами власних сировинних баз.
5. Стратегія горизонтальної інтеграції – співпраця між заводами у сфері виробництва, маркетингу і збуту.

У подальших дослідженнях планується більш глибоко охопити інструменти стратегічного аналізу, що дозволить врахувати додаткові фактори, що впливатимуть на розвиток комбікормової галузі України.

**Література**

1. Туманова, А.Ю. Особливості проведення стратегічного аналізу молочної галузі на прикладі ПАТ «Березівський молочний завод»/А.Ю. Туманова, Н.О. Задорожнюк// Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Вип. 6, Част. 1. – С. 137-140

2. Калінченко, А.Ю. Стратегічний аналіз середовища функціонування підприємства харчової промисловості на основі використання технологій SWOT- та PEST-аналізу / А.Ю. Калінченко // Управління розвитком. – 2013. – № 18 (158). – С. 14-18

# ЗМІСТ

## СЕКЦІЯ ЕКОНОМІКИ ПРОМИСЛОВОСТІ

ДОСЛІДНИЦЬКЕ ПОЛЕ РУРАЛІСТИКИ ЯК МІЖДИСЦИПЛІНАРНОЇ НАУКОВОЇ ГАЛУЗІ
Павлов О.І……225
СТАН І НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ
Басюркіна Н.Й……227
ДО ПИТАННЯ ЩОДО ВІДПОВІДНОСТІ БЕЗПЕКИ ВІТЧИЗНЯНОЇ М'ЯСНОЇ ПРОДУКЦІЇ ВИМОГАМ ЄС
Берегова Т.А……229
МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ
Вігуржинська С.Ю……231
РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ
Самофатова В.А……232
ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПРОВІДНИХ АГРОХОЛДИНГІВ УКРАЇНИ
Дідух С.М……233
ПРО ОПТИМІЗАЦІЮ ПОЄДНАННЯ РІЗНИХ ЕЛЕМЕНТІВ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ
Колесник В.І……235
ОЦІНКА СТАНУ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ
Крупіна С.В……236
ФАНДРАЙЗИНГ І КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ НАУКОВИХ РОЗРОБОК
Свистун Т.В……238
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДІВ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ
Кулаковська Т.А……240
СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ОЗНАК, ПРИТАМАННИХ СТАДІЯМ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМСТВА
Волкова С.Ф., Фрум О.Л……242
ІНВЕСТИЦІЙНА СКЛАДОВА ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ
Лобоцька Л.Л……243
«ПРАВО НА ХАРЧУВАННЯ» В УМОВАХ ІНФЛЯЦІЇ
Меліх О.О……245
ГЕОГРАФІЧНА СТРУКТУРА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ
Магденко С.О……246
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДІВ ПО УПРАВЛІННЮ ЕКОНОМІЧНИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ
Шалений В.А……248
СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА
Яблонська Н.В……250

## СЕКЦІЯ МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ

ЗНАЧИМІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У QFD- МЕТОДОЛОГІЇ ПРИ ФОРМУВАННІ ЯКОСТІ НОВИХ ЗЕРНОВИХ ПРОДУКТІВ
Мардар М.Р., Жигунов Д.О., Устенко І.А., Голубєва М.М……251
ЗМІСТОВНЕ ПРОЕКТУВАННЯ НОВИХ ПРОДУКТІВ (НА ПРИКЛАДІ ІГРИСТОГО ВИНА)
Брайко М.Г., Голубьонкова О.О……253
ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ ЗА ДОПОМОГОЮ ONLINE-МАРКЕТИНГУ
Кордзая Н.Р……255
PEST-АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА КОМБІКОРМІВ ДЛЯ ДЕКОРАТИВНОЇ ТА СПІВУЧОЇ ПТИЦІ
Мардар М.Р., Бордун Т.В., Кручек О.А., Пономаренко Т……257
АНАЛІЗ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА З ВИРОБНИЦТВА МАКАРОННИХ ВИРОБІВ
Устенко І.А., Кручек О.А……259
АКТУАЛЬНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ
Голубьонкова О.О., Маштакова І.О……261
ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ НА РИНОК
Голубьонкова О.О., Пащенко Ю.Ю……263

Наукове видання

Збірник тез доповідей 75 наукової конференції викладачів академії
20 – 24 квітня 2015 р.

Матеріали, занесені до збірника, друкуються за авторськими оригиналами
За достовірність інформації відповідає автор публікації

Під загальною редакцією Заслуженого діяча науки і техніки України,
д-ра техн. наук, професора Б.В. Єгорова
Укладач Т.Л. Дьяченко

Редакційна колегія

Голова Єгоров Б.В., д.т.н., професор

Заступник голови Капрельянц Л.В., д.т.н., професор

Члени колегії:

Бельтюкова С.В., д.х.н., професор
Бурдо О.Г., д.т.н., професор
Волков В.Е., д.т.н., доцент
Гладушняк О.К., д.т.н., професор
Гапонюк О.І., д.т.н., професор
Іоргачова К.Г., д.т.н., професор
Павлов О.І., д.е.н., професор
Станкевич Г.М., д.т.н., професор
Савенко І.І., д.е.н., професор
Ткаченко Н. А., д.т.н., професор
Хобін В.А., д.т.н., професор
Хмельнюк М.Г., д.т.н., професор
Черно Н.К., д.т.н., професор

© Одеська національна академія харчових технологій, 2015