

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

**80 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ВИКЛАДАЧІВ АКАДЕМІЇ**

Одеса 2020

Наукове видання

Збірник тез доповідей 80 наукової конференції викладачів академії
7 – 8 травня 2020 р.

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

Рекомендовано до друку та розповсюдження в мережі Internet Вченою радою
Одеської національної академії харчових технологій,
протокол № 15 від 05.05.2020 р.

Під загальною редакцією Заслуженого діяча науки і техніки України,
Лауреата Державної премії України в галузі науки і техніки,
д-ра техн. наук, професора Б.В. Єгорова

Укладач Т.Л. Дьяченко

Редакційна колегія

Голова Єгоров Б.В., д.т.н., професор
Заступник голови Поварова Н.М., к.т.н., доцент

Члени колегії:

Амбарцумянц Р.В., д-р техн. наук, професор
Безусов А.Т., д-р техн. наук, професор
Бурдо О.Г., д.т.н., професор
Віннікова Л.Г., д-р техн. наук, професор
Гапонюк О.І., д.т.н., професор
Жигунов Д.О., д.т.н., доцент
Іоргачова К.Г., д.т.н., професор
Капрельянц Л.В., д.т.н., професор
Коваленко О.О., д.т.н., ст.н.с.
Косой Б.В., д.т.н., професор
Крусір Г.В., д-р техн. наук, професор
Мардар М.Р., д.т.н., професор
Мілованов В.І., д-р техн. наук, професор
Павлов О.І., д.е.н., професор
Плотніков В.М., д-р техн. наук, доцент
Станкевич Г.М., д.т.н., професор,
Савенко І.І., д.е.н., професор,
Тележенко Л.М., д-р техн. наук, професор
Ткаченко Н.А., д.т.н., професор,
Ткаченко О.Б., 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

ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ

Черевата Т.М., к.с.-г.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Для сучасної переробної промисловості актуальним є розвиток економічно ефективних виробництв і підвищення конкурентоспроможності продукції. В умовах ринкової економіки ефективне формування достатньої номенклатури та товарного асортименту є запорукою підвищення конкурентоспроможності підприємства. Тому особливо актуальним є дослідження сучасних методів формування товарного асортименту, а також розробка напрямів його удосконалення [1].

В ході досліджень був проведений аналіз номенклатури та товарного асортименту ПрАТ «Чумак», яке пропонує споживачам кетчупи, соуси, майонези, томатну пасту, соки, консервовані овочі та макаронні вироби. «Чумак» відрізняється від інших виробників тим, що вирощує і переробляє власну сировину.

Протягом свого існування компанія «Чумак» є доволі конкурентоспроможною. У кожній із товарних позицій вона має конкурентів. Основними конкурентами є підприємства, які випускають продукцію під торговими марками: ТМ «Торчин»; ТМ «Щедро»; ТМ «Королівський смак»; ТМ «Верес».

Порівняльний аналіз цих виробників визначив, що конкуренти компанії «Чумак» випускають значно меншу кількість найменувань продукції. Так, ТМ «Торчин» та «Щедро» спеціалізуються лише на виготовленні холодних соусів, а ТМ «Верес» має більш широкий асортимент консервованих овочів.

Аналіз асортименту продукції ПрАТ «Чумак» показав, що ширина товарної номенклатури складає п'ять позицій: майонез, овочі консервовані без оцту, макарони, кетчуп та соки. Глибина асортименту по групі майонезу складає вісім позицій, по групі овочів консервованих без оцту – п'ять позицій, по групі макаронних виробів – одинадцять позицій, по групі кетчупів – вісім позиції, по сокам – п'ять позицій. Насиченість даної номенклатури складає 37 видів.

Аналіз життєвого циклу товарів був проведений по асортиментним групам за обсягами продажу в 2017-2018 роках. Встановлено, що асортиментні групи «Майонез» та «Овочі консервовані без оцту» знаходяться на стадії зрілості, спостерігалось деяке зменшення, а потім знову зростання обсягів продажу. Асортиментна група «Макарони» знаходиться на стадії спаду, адже обсяги продажу знижуються, відповідно це знижує прибутки підприємства. Асортиментна група «Кетчуп» та «Соки» знаходяться на стадії росту, обсяги продажу зростають швидкими темпами.

Дослідження складу асортиментного портфеля продукції, виробленої і запропонованої на ринок підприємством ПрАТ «Чумак» був проведений за допомогою методу матриці Бостонської консалтингової групи (БКГ). Встановлено, що стратегічні зони господарювання (СЗГ) «Майонез» та «Кетчуп» займають найвигідніші позиції – «Дійні корови». Характеризуються отриманням високих прибутків та потребують невеликих інвестицій. Для них рекомендується застосувати стратегію – підтримання конкурентних переваг.

СЗГ «Овочі консервовані без оцту» та СЗГ «Соки» займають місце в стратегічній зоні «Важкі діти», тобто знаходяться в достатньо перспективному ринку збуту та потребують значних інвестицій, які дадуть змогу перейти в іншу стратегічну зону – «Зірки». Рекомендується застосувати стратегію інтенсифікації зусиль стосовно необхідних інвестицій. Стратегічна зона «Макарони» потрапила у квадрант «Собаки», тобто цей сегмент бізнесу знаходиться в неперспективному ринку збуту, має низькі прибутки, низьку конкурентоспроможність та слабкі ринкові позиції. Даний підрозділ не є привабливим для підприємства.

Отже, для поліпшення асортиментної політики підприємства ПрАТ «Чумак» необхідно звернути увагу на перспективні стратегічні зони господарювання, які користуються попитом серед споживачів. Таким товаром є асортиментна група «Майонез».

Для розвитку ПрАТ «Чумак» та підвищення обсягів продажів ефективним може бути застосування стратегії розвитку товару, яка передбачає введення в товарний асортимент нових товарних позицій або удосконалення існуючих на існуючому ринку. Підприємству доцільно додати до своєї номенклатури нові види продукції, які виробляються з використанням тих самих технологій і потребують аналогічних маркетингових програм.

ПрАТ «Чумак» має стабільні позиції на ринку, але цього недостатньо з теперішніми темпами розвитку ринкової економіки. Тому підприємство не може розраховувати тільки на існуючі товари, адже смакові вподобання споживачів швидко змінюються, вдосконалюються технології, постійно з'являються конкуренти та багато інших факторів. І тому підприємству бажано розширити асортимент існуючої продукції. Пропонуємо на підприємстві ПрАТ «Чумак» застосувати стратегію концентричної (горизонтальної) диверсифікації.

Література

1. Притиченко Т.І. Практичні аспекти розробки структури товарного портфеля підприємства / Т.І. Притиченко, І.С. Лях // Бізнес Інформ. – 2015. – № 10. – С. 256-265.
2. Офіційний сайт ПрАТ «Чумак» [Електронний ресурс] – URL: <http://ua.chumak.com/>

ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

**Соколюк К.Ю., к.е.н., ст. викл., Долинська О.О., асистент
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Серед проблем залучення інвестицій зі сторони іноземних компаній часто фахівці називають класичні: недосконале та мінливе законодавство, досить несприятлива податкова політика держави, нестабільність економіки та ін. Проте, погоджуємось із думкою Марини Барабаш (інвестиційного банкіра, президента A7 Group, співзасновника Союзу українських підприємців), що однією із ключових проблем є відсутність якісних інвестиційних проектів зі сторони українського бізнесу на фоні світового зростання вільних інвестиційних ресурсів [1].

На думку фахівців у сфері інвестування, якісний інвестиційний проект має містити такі відомості: аналіз діяльності як мінімум за три попередні роки (на наш погляд, краще аналіз показників в динаміці 5-ти років) та прогнози на перспективу (мінімум п'ять років); наявність швидких та якісних комунікацій (бізнес-комунікацій), що наразі в Україні недостатні; наявність кваліфікованої, якісної та мобільної команди (розвинена корпоративна культура)[1].

Наразі, проблема залучення інвестицій як зовнішніх так і внутрішніх значно поглиблюється. На думку Федорчака О.Ф., структура інвестиційних ресурсів за джерелами надходжень наразі не є оптимальною [2]. Так як переважають власні кошти, кошти населення та кредитних установ (рис. 1) (за даними Державної служби статистики України) [3].

Окрім вище вказаних проблем, можна також зазначити й те, що більшість інвесторів (зокрема іноземних), неохоче вкладають кошти в вітчизняні підприємства через відсутність достатньої інформації про об'єкти інвестування: економічна ефективність діяльності, відомості про імідж та репутацію, економічну ситуацію та ін. З іншого боку, підприємцям які бажать залучитися підтримкою як зовнішніх так і внутрішніх інвесторів, недостатньо інформації про існуючих та потенційних інвесторів. Тобто існує певна інформаційно-

АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ СИРОКОПЧЕНИХ І СИРОВ'ЯЛЕНИХ М'ЯСОПРОДУКТІВ Агунова Л.В., Мардар М.Р., Шлапак О.В.	350
ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК КАВИ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ Голубьонкова О.О., Брайко М.Г., Чирка В.В.	351
ТАРГЕТИНГОВА РЕКЛАМА, ЯК СПОСІБ ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ Значек Р.Р., Бахчиванжи Л.А., Євтушок О.В.	353
SOCIAL MEDIA MARKETING, ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ БІЗНЕСОМ Значек Р.Р., Ковалів І.О.	354
РОЗРОБКА SMM-СТРАТЕГІЇ ПРИ ПРОСУВАННІ ТОВАРУ Лозовська Г.М.	356
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ Мунтян І.В.	358
ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ Черевата Т.М.	360
ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ Соколюк К.Ю., Долинська О.О.	361
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В АГРАНОМУ СЕКТОРІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ Соколюк К.Ю.	363
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА ТВЕРДОГО БІОПАЛИВА В УКРАЇНІ Донець Л.Я., Долинська О.О.	365

СЕКЦІЯ «МЕНЕДЖМЕНТ І ЛОГІСТИКА

ПІДХОДИ ЩОДО СКОРОЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧИХ ВТРАТ ТА ХАРЧОВИХ ВІДХОДІВ В КОНТЕКСТІ СТІЙКИХ ПРОДОВОЛЬЧИХ СИСТЕМ Седікова І.О.	367
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНОЇ ТА ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ Агєєва І.М., Коренман Є.М.	368
ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ Агєєва І.М., Коренман Є.М., Мірковець Ю.О.	370
АНАЛІЗ ФАКТОРІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ Відоменко І.О., Гордієнко Л.Л.	373
СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ Корсікова Н.М.	375
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ Каламан О.Б.	377
ОСОБЛИВОСТІ ЧИННИКІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ТРУДОВУ АДАПТАЦІЮ ПЕРСОНАЛУ Козак К.Б.	380
ПРИНЦИПИ ДОБРОВОЛЬНОГО ОБ'ЄДНАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД Дьяченко Ю.В.	381
ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА, ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ Коренман Є.М.	383
ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ Агєєва І.М., Дьяченко Ю.В.	385
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ Ніколюк О.В., Левчук Ю.С.	388

СЕКЦІЯ «ОБЛІК І АУДИТ»

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ НА ЕКОЛОГІЧНІ ІНВЕСТИЦІЇ, ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ЕКОНОМІКИ Немченко В.В., Румянцев І.В.	390
АНАЛІЗ ДІЇ ЗВТ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КРАЇНАМИ ЄС АГРОПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ Антонюк П.О., Антонюк О.П., Головаченко Л.М.	392
МОНІТОРИНГ І КОНТРОЛЬ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ Іванченкова Л.В.	393