

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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



МАТЕРІАЛИ

XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

17 – 18 ЖОВТНЯ 2023 р.

«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ»

м. Одеса

УДК 330.34:005.35(477"20")

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції 17-18 жовтня 2023 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2023. – 663 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 Козак К.Б. - д-р екон. наук, професор, директор ННІПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНТУ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Баранюк Х.О. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д. – к.е.н., доц., Волкова А.Ю. – ас., Мільчева В.В. - PhD, доц., Новикова В.С.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ

Коренман Є.М., ст. викладач
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Механізм формування функціональних стратегій підприємства залишається актуальним і важливим для досягнення успіху в сучасному бізнес-середовищі. Функціональні стратегії визначають шляхи і способи, за допомогою яких фірма буде досягати своїх цілей у різних функціональних областях, таких як маркетинг, операції, фінанси, розробка продукту та ін.

Функціональна стратегія — це короткостроковий план гри для ключової функціональної сфери в компанії. Це підхід, який застосовує функціональна сфера для досягнення корпоративних цілей і стратегій підрозділів шляхом максимізації продуктивності ресурсів [1].

Основна актуальність механізму формування функціональних стратегій полягає в тому, що:

1. Сприяє узгодженості. Функціональні стратегії допомагають забезпечити узгодженість між різними функціональними відділами підприємства. Вони визначають спільні цілі та завдання, що сприяє забезпеченню спрямованості всього колективу на досягнення стратегічних цілей.

2. Реагує на зміни. Механізм формування функціональних стратегій дозволяє підприємству гнучко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі та внутрішніх умовах. Він допомагає адаптувати функціональні стратегії до нових реалій і забезпечує ефективне управління змінами.

3. Забезпечує конкурентну перевагу. Функціональні стратегії можуть бути використані для створення конкурентних переваг, наприклад, шляхом розробки інноваційних продуктів, ефективного управління операціями або вдосконаленням маркетингових стратегій. Вони дозволяють підприємству виділитися на ринку і зайняти сильну позицію відносно конкурентів.

4. Оптимізує ресурси. Функціональні стратегії допомагають оптимізувати використання ресурсів підприємства, таких як людські, фінансові та матеріальні ресурси. Вони спрямовані на забезпечення ефективності використання ресурсів для досягнення стратегічних цілей.

2022 рік став для України та й для усього світу, на жаль, дуже складним, Світ ще не оголтувся від коронавірусу, як новий рік приніс у країну війну, руйнування, падіння економіки та інші кризові явища, кинувши виклик усім галузям промисловості.

Але, як кажуть, криза – це нові можливості. І частина виробників кондитерських виробів знаходять та впроваджують успішні рішення для розвитку бізнесу та підвищення обсягів продажу.

Загальні характеристики кондитерського ринку в Україні та Світі

представлені в таблиці 1:

Таблиця 1. Загальні характеристики кондитерського ринку в Україні та Світі

Кондитерський ринок України	Кондитерський ринок Світу
Україна має розвинений кондитерський ринок, який складається з багатьох маленьких і середніх підприємств;	Кондитерський ринок світу є дуже великим і різноманітним, займає значну частину ринку харчових продуктів;
Головними гравцями на ринку є вітчизняні виробники, такі як Roshen, Kontita, Корона;	На світовому ринку присутні багато відомих брендів, таких як Mars, Nestle, Ferrero, Mondelez, Lindt та інші;
Споживачі в Україні віддають перевагу якісним і доступним продуктам, тому більшість виробників ставлять на це наголос;	Споживання солодощів у світі постійно зростає, що відображається в збільшенні обсягів виробництва;
За даними Держстату, обсяг виробництва кондитерських виробів в Україні збільшується, але відстає від інших країн Європи;	Зростання світового населення та збільшення доходів споживачів допомагає розвитку ринку;
На ринку також присутні іноземні бренди, такі як Ferrero, Nestle, Marsta інші;	Трендом на ринку є збільшення попиту на здорові продукти, тому багато виробників працюють над створенням здорових та корисних солодощів;
Кондитерський ринок України оцінюється у більше ніж 2 мільярди євро;	Кондитерський ринок світу оцінюється в більше ніж 210 мільярдів євро;
Найбільші компанії на ринку: Roshen, AVK, Konti Group, Kharkiv Biscuit Factory;	Найбільші ринки: США, Німеччина, Японія, Франція та Велика Британія; Найбільші компанії на ринку: Mars, Mondelez International, Nestle, Ferrero та Hershey's;
В Україні спостерігається тенденція до зменшення споживання цукерок та збільшення споживання природних та здорових продуктів.	На світовому ринку спостерігається зростання споживання продуктів без глютену, без лактози та веганських продуктів.

Зокрема підприємства кондитерської галузі переходять на виробництво сухого печива, снєків, поживних батончиків для потреб як населення, так і армії. Частина продукції передається як гуманітарна допомога і на фронт.

Враховуючи зниження купівельної спроможності населення, виробники кондитерських виробів збільшують кількість продукції середньої та низької цінової категорії. Підприємства, які використовували усвоєму виробництві сухофрукти, горіхи, зіткнулися зі зростанням цін на цей вид сировини (імпорт, дорога логістика), тому почали шукати виробників

цих продуктів в Україні.

Враховуючи високий інтерес до України в усьому світі, тренд на використання української символіки також виступає потужним рекламним ходом для кондитерської продукції, що експортується.

Механізм розробки функціональних стратегій включає наступні етапи:

1. Аналіз поточного стану компанії: на цьому етапі проводиться огляд функціональних областей бізнесу, їхніх можливостей і обмежень, ідентифікація переваг і недоліків. За результатами аналізу складається SWOT-аналіз (аналіз внутрішніх сильних та слабких сторін, а також зовнішніх можливостей та загроз).

2. Формулювання цілей: на цьому етапі визначаються цілі та завдання, які потрібно досягти в кожній з функціональних областей бізнесу. Розробка альтернативних стратегій: на цьому етапі формулюються альтернативні стратегії для кожної з функціональних областей. Це можуть бути стратегії росту, оптимізації витрат, розвитку нових продуктів або підвищення ефективності виробництва.

3. Вибір оптимальної стратегії: на цьому етапі з альтернативних стратегій вибирається та формулюється оптимальна стратегія для кожної функціональної області бізнесу.

4. Розробка планів дій: на цьому етапі формулюються плани дій для кожної з функціональних областей, щоб забезпечити виконання стратегії та досягнення визначених цілей. Плани дій повинні бути конкретними, досяжними та реалізовуваними.

5. Реалізація стратегії: на цьому етапі проводяться заходи з реалізації розроблених стратегій та планів дій. Реалізація стратегії повинна бути відстежувана та оцінюватися на регулярній основі [2].

Узагальнюючи, функціональні стратегії допомагають підприємству керувати своїми функціональними областями так, щоб вони працювали в гармонії, сприяли досягненню загальної стратегії підприємства та допомагали досягти успіху.

Література

1. Functional Strategy [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.businessmanagementideas.com/strategic-management /functional-strategy/21042>

2. Механізм формування функціональних стратегій елементів внутрішнього стратегічного потенціалу підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3495>

120. <i>Асауленко Н.В.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ - ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	418
121. <i>Богач В.М.</i> СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ В ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ.....	421
122. <i>Дьяченко Ю.В., Кисса А.Б.</i> ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО НАБОРУ ПІДПРИЄМСТВА.....	426
123. <i>Дьяченко Ю.В., Соколова А.Г.</i> ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	436
124. <i>Дьяченко Ю.В., Чуприна А.В., Качуровський О.Є.</i> ВИКОРИСТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ЗАДЛЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	432
125. <i>Лавров В.Д., Дроздова В.А.</i> РИЗИКИ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ МОРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ЗЕРНА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ СТРАХУВАННЯ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ В УКРАЇНІ.....	435
126. <i>Дьяченко Ю.В., Дурбалова Н.І., Лавров В.Д.</i> ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ ТА БОЙОВИХ ДІЙ НА РИНОК СТРАХУВАННЯ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИХ ГАРАНТІЙ УКРАЇНИ.....	438
127. <i>Kisiielis-Shvydka Y., Kozak K.</i> SCRUM TEAMS AS A TOOL FOR FLEXIBLE MANAGEMENT STYLE IN ORGANIZATION.....	441
128. <i>Козак К.Б.</i> ПОРІВНЯННЯ СУЧАСНИХ СИСТЕМ ВИНАГОРОД.....	443
129. <i>Коренман Є.М.</i> ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ.....	446
130. <i>Корсікова Н.М., Левчук Ю.С.</i> ФІНАНСОВА СТАБІЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ В КРИЗОВИХ УМОВАХ....	449
131. <i>Корсікова Н.М., Решетченко А.В., Жестікова М.К.</i> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАХОДАМИ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	452
132. <i>Ніколюк О.В., Бурлаков В.С.</i> ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	456
133. <i>Козак К.Б., Новак-Кривчук Ю.Р.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ І ЗАСТОСУВАННЯ МЕДІАЦІЇ В УКРАЇНІ.....	460