



**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE**

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ,
ФІНАНСІВ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПРАВА
В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**CURRENT ISSUES OF ECONOMICS,
FINANCE, MANAGEMENT AND LAW
IN MODERN CONDITIONS**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**Частина 2
Part 2**

**2 квітня 2018 р.
April 2, 2018**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**



УДК 33
ББК 65

Актуальні питання економіки, фінансів, менеджменту та права в сучасних умовах: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 2 квітня 2018 р.): у 5 ч. – Полтава: ЦФЕНД, 2018. – Ч. 2. – 59 с.

У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання економіки, фінансів, менеджменту та права в сучасних умовах» з:

Белорусский национальный технический университет
Відокремлений структурний підрозділ Агротехнічний коледж Уманського національного університету садівництва
Вінницький національний аграрний університет
Вінницький технічний коледж
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»
Горький государственный учебный университет
Гродненский государственный университет им. Я. Купалы
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Дніпровський національний університет ім. Олеса Гончара
Донецький національний університет ім. Василя Стуса
ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України»
Житомирський національний агроєкологічний університет
Запорізький національний університет
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України
Карпатська філія ДП «Український державний центр радіочастот»
Київський кооперативний інститут бізнесу і права
Київський національний університет ім. Тараса Шевченка
Київський національний університет технологій та дизайну
Коледж Чернівецького національного університету ім. Юрія Федьковича
Лозівська філія Харківського державного автомобільно-дорожнього коледжу
Луганський національний університет ім. Тараса Шевченка
Львівський національний університет ім. Івана Франка
Львівський торговельно-економічний університет
Миколаївський національний університет ім. В. О. Сухомлинського
Науково-дослідний інститут праці і зайнятості населення Міністерства соціальної політики України та Національної академії наук України
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку Національної академії наук України
Національна академія Служби безпеки України
Національний авіаційний університет
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»
Національний інститут стратегічних досліджень
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»
Національний університет «Львівська політехніка»
Національний університет «Одеська Морська Академія»
Національний університет водного господарства та природокористування
Національний університет оборони України ім. Івана Черняхівського
ННЦ «Інститут аграрної економіки»
Одеська державна академія будівництва та архітектури
Одеська національна академія харчових технологій
Одеський державний аграрний університет
Одеський національний економічний університет
Одеський національний політехнічний університет

**ЗМІСТ
CONTENTS**

СЕКЦІЯ 6. НАЦІОНАЛЬНА БЕЗПЕКА І ОБОРОНА В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ SECTION 6. NATIONAL SAFETY AND DEFENSE UNDER THE CONDITIONS OF CRISIS PHENOMENA	7
<i>Ничитайло І. М., Шкабаровська А. А.</i> АКТУАЛЬНІ ЗАГРОЗИ НАЦІОНАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	7
<i>Урсакий Ю. А., Рудько А. О.</i> РОЛЬ ДЕРЖАВИ В ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВ.....	8
<i>Шевчук І. В.</i> ІНСТИТУЦІЙНА СКЛАДОВА СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ В ЕКОНОМІЧНІЙ СФЕРІ.....	10
СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІКА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА І АПК SECTION 7. ECONOMICS OF AGRICULTURE AND AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX	12
<i>Германюк Н. В.</i> АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ.....	12
<i>Голодонюк О. М., Мільчева В. В.</i> СТРАТЕГІЧНЕ МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВИНОРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАПОРУКА ЙОГО УСПІШНОГО РОЗВИТКУ	14
<i>Деркач Я. В., Коваль Л. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОРЕНДНИХ ВІДНОСИН У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	16
<i>Корчиц Ю. В., Скибинская О. С., Хованская М. М.</i> СОСТОЯНИЕ ОВЦЕВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	17
<i>Літковець Є. В.</i> ДО ПИТАННЯ КОНСОЛІДАЦІЇ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	19
<i>Третьяк Д. М., Царик Д. С., Хованская М. М.</i> ОСНОВНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	22
<i>Цыбулько К. А., Хованская М. М.</i> СОСТОЯНИЕ ПТИЦЕВОДЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	24
<i>Якуш Ю. С., Чухрай А. А., Хованская М. М.</i> РАЗВИТИЕ СВИНОВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	26
СЕКЦІЯ 8. ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ SECTION 8. ECONOMICS OF TRADE AND SERVICES	28
<i>Вишневська О. А., Максюшенко М. О.</i> ЗНАЧЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РОЗДРІБНОГО ПІДПРИЄМСТВА	28

УДК 658.8:005.52:005.33:663.25.013 (477.74)

Голодонюк О. М.
старший викладач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі,
Одеська національна академія харчових технологій,
Мільчева В. В.
здобувач,
Одеська національна академія харчових технологій

СТРАТЕГІЧНЕ МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВИНОРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАПОРУКА ЙОГО УСПІШНОГО РОЗВИТКУ

Виноградарство – це апріорі дуже важка та витратна справа, яка вимагає багато часу та зусиль. Тому, без лояльних державних програм підтримки досягти успіху виноградарству та виноробству як повноцінній галузі неможливо.

Виноробні підприємства усі зусилля покладають на те, щоб вижити, намагаються всіма можливими засобами зменшити собівартість продукції для зниження ціни та отримання додаткових конкурентних переваг. Але жоден із українських виробників не замислюється над можливістю переробки вторинної сировини виноробства (виноградних гребенів, кісточок та вичавок), що дозволить забезпечити комплексну переробку сировини, зекономити кошти та розширити асортимент продукції, що пропонується споживачеві, створивши нову стратегічну зону господарювання.

Нажаль, через відсутність досвіду, багато виробників припускаються помилок при стратегічному плануванні та зазнають великих втрат, намагаючись реалізувати свою продукцію на ринку. Виходячи з цього, можна підвести підсумок, що правильно обрана маркетингова стратегія є запорукою успіху підприємства. Саме тому вибір оптимальної для компанії стратегії є важливим питанням в сучасних умовах розвитку країни.

Особливої значущості це питання набуває у виноробних підприємств України. Сьогоднішній стан ринку вина можна констатувати як важкий: виробництво скорочується, сировинна проблема залишається та поступово набуває ще більшої актуальності та нагальності, а відсутність належної державної фінансової підтримки виноградарства ставить під загрозу бізнес, який розвивався роками.

Тому, щоб вижити у цих тяжких умовах, великі підприємства або орієнтують виробництво на вже сформовані вподобання споживачів та створюють продукцію, яка стовідсотково буде мати попит, або ж, навпаки, диверсифікують портфель та впроваджують у виробництво інноваційні продукти, яких не вистачає на полицях магазинів.

ПрАТ «Одесавинпром» одне із найстаріших та провідних підприємств галузі із збереженими традиціями виноробства [1]. На протязі всієї історії існування, воно величезну увагу приділяє якості продукції, що виготовляється. Саме цей аспект знайшов відображення у місії підприємства: «Виробництво високоякісної продукції для задоволення потреб покупців».

Проведений аналіз товарного асортименту показав, що ПрАТ «Одесавинпром» спеціалізується на виробництві шампанського, тихих вин і коньяку, що налічує кілька десятків найменувань.

Проведений SWOT-аналіз дозволив не тільки виявити сильні та слабкі сторони підприємства, його можливості та загрози, але й сформулювати SO, WO, ST і WT – стратегічні рішення, найбільш перспективним з яких являється розширення асортименту продукції, що виготовляється з урахуванням пропаганди культури споживання та здорового образу життя.

Конкурентний аналіз галузі по М. Портеру допоміг визначити інтенсивність та вираженість конкурентних сил в галузі та встановити, що рівень конкуренції в досліджуваній галузі високий (86 % від максимуму) [2].

Проаналізувавши можливість використання кожної з чотирьох стратегій відповідно до матриці І. Ансоффа «товар-ринок», виявилось, що для підприємства ймовірно є реалізація стратегії розвитку товару, але, беручи до уваги те, що ПрАТ «Одесавинпром» у 2014 році розширило лінійку натуральних авторських вин ТМ «Вина Гулієвих» двома новими продуктами, а саме білим сухим вином «Совіньйон» та рожевим сухим вином «Трамінер», було вирішено, що ця стратегія є недоцільною у даний проміжок часу.

Також аналіз показав можливість впровадження стратегії диверсифікації, що дозволяє вийти підприємству на ринок з новим інноваційним продуктом. На відміну від існуючих, це буде сироп з високим вмістом біологічно активних сполук, отриманий в результаті переробки вторинної сировини виноробства, а саме виноградних гребенів. Він виробляється за сучасною технологією і не має аналогів в Україні. «Зміцнювати здоров'я і віддаляти старість» – такою є мета представленого проекту! Йдеться про створення продукту нового покоління, який значно підвищує якість життя людей в умовах несприятливої економічної і екологічної обстановки. Завдяки своїм корисним властивостям даний товар отримав назву – «Здоровіт», що в перекладі означає «здорове життя».

Представлений сироп має широкий спектр дії, працює на клітинному рівні і використовується для профілактики та лікування понад 60-ти захворювань.

Цей унікальний продукт виробляється виключно з натуральної сировини – гребенів винограду. У його складі немає консервантів, барвників і ГМО.

За результатами опитування споживачів, було вирішено продавати «Здоровіт» в пляшці об'ємом 250 мл.

Враховуючи унікальні властивості товару, що пропонується та його соціальну значимість для оздоровлення людини, було вирішено при встановленні ціни керуватися стратегією «проникнення на ринок». Роздрібна ціна пляшки складе близько 48 грн.

Враховуючи специфіку виробництва та вжитку інноваційної продукції «Здоровіт», були рекомендовані наступні канали збуту: аптеки, поліклініки, лікарні, санаторії, пологові будинки, будинки відпочинку, школи, дитячі садки, різні посередницькі організації дистриб'юторів та дилерів.

Для стимулювання збуту сиропу «Здоровіт» передбачається провести комплекс наступних заходів: реклама на телебаченні, радіо, в журналах, а також буклети, білборди та реклама в інтернеті (просування сайту та банерна реклама).

Ціль рекламної компанії – проінформувати споживачів про новий товар та переконати придбати його. Склавши кошторис витрат на рекламну кампанію отримали суму у розмірі 810,7 тис. грн.

Розрахувавши вплив «Проекту переробки вторинної сировини на продукти з високим вмістом біологічно активних сполук» на основні показники діяльності ПрАТ «Одесавинпром» отримали такі результати: запропонований проект позитивно вплине на фінансову діяльність ПрАТ «Одесавинпром». Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції збільшиться на 51446,3 тис. грн. (15,89 %).

Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації зменшаться на 4,72 коп. (4,77 %). Рентабельність продукції складе 5,1 %, що на 3,96 пункти більше ніж до проекту.

Отже, активна науково-дослідна й інноваційна діяльність науковців Одеської національної академії харчових технологій і підприємців дозволили одержати унікальний продукт, який на даний момент не має аналогів в Україні і зможе зайняти свою нішу на ринку. Це сироп «Здоровіт». А ефективне стратегічне маркетингове планування діяльності підприємства є гарантією його успішного впровадження та реалізації на ринку України.

Список літератури

1. Інвестиційний портал «Огляд ринку вина в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://inventure.com.ua/analytics/investments/obzor_rynka_vina_ukrainy.
2. Магretta Дж. Ключевые идеи. Майкл Портер. Руководство по разработке стратегии. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 272 с.