

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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



МАТЕРІАЛИ

VIII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

15 – 16 жовтня 2020 р.

**ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА
ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ**

Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції 15-16 жовтня 2020 р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2020. – 280 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI 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.

Редакційна колегія:

Агеева І.М. - к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. - д.е.н., доц., Купріна Н.М. - 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., Рогатіна Л.П. - д.е.н., доц., Савенко І.І. - д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., доц., Каламан О.Б. – к.е.н., доц., Мельник Ю.М. – д.е.н., доц.

факторів (Technological forces), а також обмеження: ресурсні, кліматичні, географічного положення об'єкту, законодавчо-нормативне регулювання діяльності та створення об'єктів, аспекти державного регулювання та підтримки розвитку бізнесу, цикл виробництва або діяльності, об'єктивності внутрішнього ринку, експортно-імпорتنі відносини суб'єктів ринку та їх державне регулювання.

Проведене дослідження з використанням всіх обмежень дозволило розробити методичний підхід для проведення оцінювання персистентності діяльності для харчової промисловості з визначенням напрямів, чинників та шкали такого оцінювання, якій базується на використанні методу McKinsey [3, с. 170-173], що дозволяє визначити напрями її розвитку в регіоні й забезпечити рівень конкурентоспроможності та ефективності діяльності.

Література

1. Голов С. Управлінський облік на основі теорії обмежень // Бухгалтерській облік і аудит: науково-практичний журнал. № 6. 2012. С 40-48. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Стаття_Голов_-Теорія_обмежен_.pdf.
2. Корбетт Т. Управленческий учет по ТОС / Т. Кор-бетт; пер. с англ. Д. Капранов. К.: Издательство «Необ-хідно і достатньо», 2009. 240 с.
3. Купріна Н.М. Оцінювання персистентної трансформації галузі: спекти застосування методів на мезорівні дослідження // Науково-методичні засади оцінки бізнесу в умовах Євроінтеграції: [монографія] / Під заг.ред. д.е.н., проф. В.В. Немченка. Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2019. С. 166-173.

СУЧАСНЕ СТАНОВИЩЕ ТА ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Агеєва І.М., к.е.н., доцент, Русецька А.О., студ. 4к., Севастьянов В.В., студ.4к.
Одеська національна академія харчових технологій

В сучасних економічних умовах, які характеризуються нестабільністю макроекономічної ситуації та високим рівнем невизначеності внутрішнього середовища підприємств, формується на сьогодні поведінка суб'єктів господарювання. За наявності таких умов особливо важливою є розробка дієвих сучасних методів управління, що забезпечують підприємствам здатність пристосовуватися до динамічного зовнішнього середовища. Неодмінною умовою забезпечення ефективної їх діяльності є використання на вітчизняних підприємствах стратегічного управління.

Спроби України значно розширити міжнародні зв'язки, залучити країну в світовий ринок, у міжнародний розподіл праці постійно натикаються на проблему конкурентоспроможності української продукції, що є наслідком низької конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Тому підвищення

конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах є однією з ключових проблем, вирішення якої сприяє розвитку та інтенсифікації економіки.

Функціонування підприємств України в нестабільному зовнішньому середовищі суттєво ускладнює умови їх господарювання. Для забезпечення керованості підприємств, дії їх керівників не можуть зводитися до простого реагування на зміни, що відбуваються та все ширше визнається необхідність зміни системи поглядів на процес управління підприємствами в нестабільному і важко прогнозованому зовнішньому середовищі. На жаль, в Україні теорія і практика стратегічного управління не знайшли широкого поширення.

Більшість керівників не вбачають потреби в необхідності у розробці довгострокових стратегій, помилково вважаючи, що в сучасних динамічних умовах неможливо вирішувати перспективні питання розвитку, хоча саме стратегічне управління є найважливішим засобом забезпечення успішного виживання підприємства в агресивному динамічному конкурентному середовищі, засобом його адаптації до змін в ньому.

На більшості вітчизняних підприємств, проте, питанням стратегічного розвитку підприємства приділяється явно недостатня увага. Поточні справи та проблеми, що постійно змінюються, залишають поза увагою керівників тенденції зміни стратегічного стану підприємства на ринку. В результаті - запізнення реагування керівництва на зміни, що відбулися. Це породжує нове коло поточних проблем.

Необхідний рівень уваги для вирішення питань стратегічного управління підприємством можна продемонструвати фразою колишнього концерну «Хонда» Сонсиро Хонда, який, ідучи на пенсію, сказав: «За останні 10 років ні я, ні мій заступник не підписували паперів і не брали участь в яких-небудь нарадах з питань поточного управління... ми використовували свій час для того, щоб правильно визначати стратегії і тенденції».

Необхідно відмітити, що основні засади і підходи стратегічного управління на українських підприємств запозичені переважно з розробок зарубіжних учених і практики американських, японських і європейських корпорацій з огляду на те, що досвід України у цій сфері невеликий.

Зазначимо, що приблизно до 1987 р. підприємства не виявляли особливої зацікавленості до розробки стратегічних рішень. Лише деяке послаблення регламентації діяльності, надання умовної економічної самостійності, а також розвиток госпрозрахунку стимулювали активність підприємств і їх інтерес до розробки стратегічних рішень. Звичайно, в цей період не велося і мови про конкурентні переваги підприємства, оскільки була відсутня сама конкуренція, а розробка стратегії зводилася лише до функціональних стратегій, якими підприємство могло реально управляти.

Процес реформування системи управління вітчизняними підприємствами розвивається у напрямі освоєння накопиченого повільно, іноді не спираючись на власні знання і досвід і часто невдало копіюючи моделі управління зарубіжними підприємствами без урахування умов їх функціонування, вже неможливо представити таке сучасне підприємство, яке б ігнорувало

ефективність моделей управління країн з розвиненими ринковими відносинами і не намагалося б використовувати їх елементи в своїй управлінській практиці.

В сучасних умовах практика стратегічної діяльності вітчизняних підприємств зводиться в основному до вирішення поточних стратегічних проблем, зокрема, проблем взаємодії з ринками чинників виробництва, формуванням бажаних витрат, цін і прибутку, пошуку ринків збуту і джерел інвестування власної діяльності, які дають змогу отримати короткочасний ефект. Водночас основна функція стратегічного управління - забезпечення чинників довгострокового успіху - залишається за межами практичної діяльності підприємства. Це пояснюється специфічними умовами, що склалися всередині та навколо українського бізнесу.

Прийняття та реалізація стратегічних рішень постійно зазнає небезпеки зриву під впливом факторів зовнішнього середовища, хоча слід зазначити, що саме вплив зовнішнього середовища спонукає підприємства до цілеспрямованої економічної діяльності

На жаль, більшість вітчизняних підприємств не змогли адекватно зреагувати на вплив зовнішніх факторів. Крім того, військові дії на території України, політична нестабільність, знос виробничих засобів, недосконалість управлінських рішень та інші причини призвели до того, що значна частина підприємств опинилася не готовою до самостійного пошуку власної ніші в діловому середовищі, втратила конкурентоспроможність, а кількість збиткових підприємств в Україні значно збільшилась.

По-перше, більшість сучасних підприємств внаслідок економічної, політичної, фінансової нестабільності, недосконалості ринків товарів і послуг, системи інвестування та ін. знаходяться в ситуації критичного фінансово-господарського стану під впливом невизначеного зовнішнього середовища.

До основних факторів невизначеності в українському зовнішньому середовищі належать :

- високі темпи інфляції;
- політична та економічна нестабільність;
- розвал ринків збуту продукції;
- недостатній платоспроможний попит як фізичних, так і юридичних осіб;
- нерозвиненість ринкових інститутів, які повинні забезпечувати підприємницьку активність;
- безперервна зміна законодавчих та нормативних актів, що регулюють підприємницьку діяльність;
- нестабільне податкове законодавство;
- втрата ринків сировини та матеріалів;
- захоплення вітчизняних ринків збуту західними компаніями;
- відсутність персональної відповідальності значної підприємців за результати своєї діяльності;
- низький рівень накопичення капіталу на вітчизняних підприємствах;

– відсутність макроекономічних та галузевих орієнтирів.

Література

1. Шацька З. Я. Проблеми впровадження стратегічного управління на вітчизняних підприємствах [Електронний ресурс] / Зоряна Ярославівна Шацька // International Scientific Journal – Режим доступу до ресурсу: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/14800654367504.pdf>
2. Корженевська В.М. Дослідження факторів впливу на фінансовий стан підприємства / В.М. Корженевська // Формування ринкових відносин в Україні. — 2011. — №7(122). — С. 102—106.
3. Сердюкова О.М. Доцільність стратегічного управління на підприємствах України [Електронний ресурс] / Сердюкова О.М. // Економічні науки. – 2012. – №11.

ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Лагодієнко В.В., д.е.н., професор
Голодониук О.М., старший викладач
Мільчева В.В., викладач-стажист
Одеська національна академія харчових технологій

Інноваційний потенціал характеризує здатність підприємства до здійснення інноваційної діяльності, безпосередньо пов'язаної зі створенням принципово нових продуктів або технологій або модифікацією вже апробованих нововведень. Крім іншого інноваційний потенціал може бути визначений як об'єднання джерел фінансової, матеріальної, кадрової, інтелектуальної та інфраструктурної приналежності [1].

Формування інноваційного потенціалу підприємства відбувається на основі матеріальних (речових) і нематеріальних складових. Зокрема, мова йде про інноваційний потенціал матеріальних ресурсів і інтелектуальний потенціал. Кожної складової інноваційного потенціалу підприємства властива своя специфіка використання. Всі вони, будучи схильні до впливу безлічі факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, в кінцевому рахунку, формують сильні і слабкі сторони суб'єкта господарювання.

В загальному вигляді структура інноваційного потенціалу підприємства представлена на рис. 1.

	Седіков Д. В. , аспірант, НАХТ, м. Одеса	
70	ОСОБЛИВОСТІ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СТАРТАП-КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ	197
	Седікова І. О. д.е.н., професор, Коренман Є. М., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса	
71	НОРМАТИВНЕ ПІДґРУНТЯ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	201
	Седікова І. О. д.е.н., професор, Ступницька М. І., магістр, ОНАХТ, м. Одеса	
72	ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В СИСТЕМІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ	203
	Удовиця О.Ф., к.пед.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
73	ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ	206
	Чабаров В.О., к.т.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
74	ОСОБЛИВОСТІ ПІДХОДІВ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	209
	Агеева І.М., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
75	ТЕОРІЯ ОБМЕЖЕНЬ: АСПЕКТ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	212
	Купріна Н.М., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
76	СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	214
	Агеева І.М., к.е.н., доцент, Русецька А.О., студентка, Севастьянов В.В., студент, ОНАХТ, м. Одеса	
77	ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	217
	Лагодієнко В.В., д.е.н., професор, Голодонюк О.М., ст. викладач, Мільчева В.В, виклада стажист, ОНАХТ, м. Одеса	
78	АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ АКТИВНОСТІ БРЕНДІВ ЯНТАРНОГО ВИНА НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ	219
	Брайко М.Г., ст. викладач, Глущенко І.В, магістр, ОНАХТ, м. Одеса	
79	КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПРОВІДНИХ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	222
	Голубьонкова О.О., к.е.н., доцент, Марющенко К.С., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
80	СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРА: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ	225
	Бахчиванжи Л.А., к.е.н, доцент, Євтушок О.В., к.е.н., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса	
81	РЕКЛАМА В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	227
	Донець Л.Я., к.т.н., доцент, Ніколюк О.В., д.е.н., професор, ОНАХТ, м. Одеса	
82	СУТНІСТЬ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ У АГРОПРОМИСЛОВІЙ СФЕРІ	229
	Значек Р.Р., к.т.н., ст. викладач, Ковалів І.О., асистент, ОНАХТ, м. Одеса	
83	ОСОБЛИВОСТІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ	231
	Значек Р.Р., к.т.н., ст. викладач, Мардар М.Р., д.т.н., професор, ОНАХТ, м. Одеса	
84	КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ	233
	Мільчева В.В., викладач-стажист, Бондарчук Д.О., студентка, ОНАХТ, м. Одеса	
85	СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ	235
	Соколюк К.Ю., к.е.н., старший викладач, Мунтян І.В., к.с.н., старший викладач ОНАХТ, м. Одеса	
86	МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ТИХИХ ВИН В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	237
	Лозовська Г.М., к.е.н., доцент, Статєва М.С., асистент, ОНАХТ, м. Одеса	
87	ОСНОВНІ ЗАСОБИ ПІДПРИЄМСТВА: АСПЕКТИ СУТНОСТІ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ	240