

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ  
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



**ТЕЗИ**

**ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:  
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**6 – 7 КВІТНЯ 2021 р.  
м. Одеса**

Очікується, що нові ресторани в 2019 році буде відкрито на 20% менше, так як не вистачає приміщень в популярних місцях (центр міста, в місцях з великою прохідністю або на нових масивах), а також через значно підвищену плату за оренду.

Очікується зростання популярності концептуальних ресторанів, а також закладів з паназіатською кухнею (в'єтнамської, корейської та іншими), закладів з недорогими морепродуктами та італійськими ресторанами.

Також в 2019 - 2020 р споживачам запропонують сфокусувати увагу на фуд-кортах, або фуд-холах, тобто великому приміщенні, де багато маленьких закладів з різними кухнями. Даний формат стрімко набирає популярність в країні.

Аналіз ресторанного ринку України показує, що якщо наша країна продовжить розвиватися в напрямку досягнення європейського рівня життя, то підприємці, які вклали гроші в цю галузь, можуть готуватися до зростання доходів. На відміну від відвідувачів фаст-фудів, український ринок харчування поза домом сягатиме повного насичення ще довго.

#### **Література:**

1. Pro-Consulting. Аналіз ринку громадського харчування (HoReCa, кейтеринг, а також харчування на АЗС) [Електронний ресурс] / Pro-Consulting // Pro-Consulting. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-obshestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhe-pitanie-na-azs>.

2. Pro-Consulting. Ринок харчування поза домом в Україні [Електронний ресурс] / Pro-Consulting // InVenture Investment Group. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://inventure.com.ua/analytics/investments/rynok-pitaniya-vne-doma-v-ukraine>.

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Юрчак М.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Відоменко І.О.**

### **Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Ефективність діяльності будь-якого підприємства залежить від правильного розподілу ресурсів підприємства в його операційній системі з урахуванням зовнішніх факторів. Операційна система - це ключова система компаній, яка виробляє продукцію або надає послуги суспільству. Особливістю операційної системи є те, що вони створюють взаємодію людей та обладнання. Основний принцип ефективної операційної системи полягає в тому, що її елементи повинні бути взаємозалежними та скоординованими: такі елементи, як люди, машини, матеріали та інструменти, повинні бути єдиними. Операційні системи завжди знаходяться під впливом зовнішнього середовища [1]. Враховуючи кризові явища, від яких потерпає Україна та світ в наслідок пандемії коронавірусу, для виживання в такому зовнішньому середовищі підприємствам слід застосовувати стратегічний інструментарій управління

операційною діяльністю, що й обумовило актуальність обраної теми дослідження.

Розв'язанням поставлених задач та проблем управління операційною діяльністю займалися такі закордонні науковці як: Г.Гант, У.Шухарт, Л.Чейз, Р.Якобс, Блекетт, В. Демінг та ін. [1-3]. Питанням впровадження операційних стратегій на вітчизняних підприємствах опікувались такі вітчизняні вчені, як: П. Белінський, Василенко В, І.Гевко, О. Михайленко, О.Ратушняк та ін. [1-3]. Незважаючи на велику кількість робіт, присвячених операційній стратегії недостатньо опрацьованими залишаються проблеми формування операційної стратегії торговельних підприємств в сучасних умовах. Виходячи з цього, мета дослідження розглянути особливості формування операційної стратегії торговельних підприємств.

Слід зазначити, що розробка будь-якої стратегії підприємства повинна здійснюватися відповідно результатів стратегічного аналізу зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємства. Аналіз зовнішнього середовища торговельних підприємств свідчить про зростання динаміки товарообігу в Україні (рис.1).

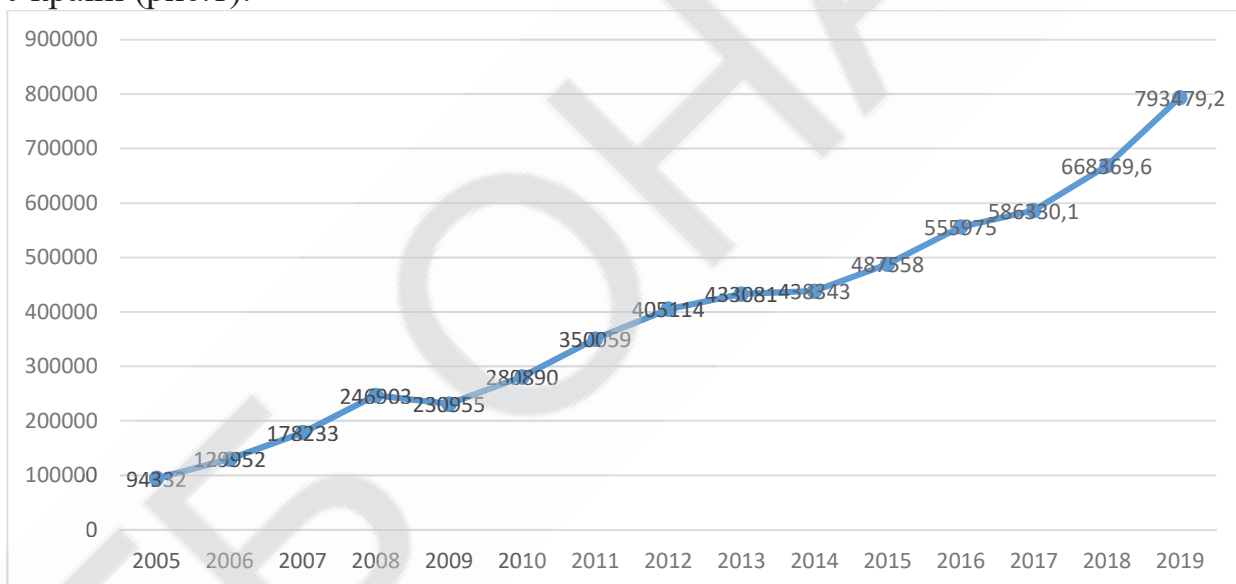


Рис. 1 – Темпи зростання роздрібного товарообігу в Україні, млн.грн.

\* розроблено автором за [4]

Розглядаючи основні ринкові тенденції в роздрібній торгівлі, можна сказати, що їх існує декілька, а саме:

1. Значний потенціал для прибутковості. Загальний валовий прибуток у цьому секторі збільшився до 14%, але все ще є дуже низьким, порівнюючи галузеві стандарти в країнах Центральної та Східної Європи. Низька прибутковість є серйозною перешкодою для виходу на ринок найбільших міжнародних торгових мереж, які постійно розглядають можливість інвестування в Україну. Водночас це створює можливості для вітчизняних гравців.

2. Поступова зміна формату. Організована роздрібна торгівля, на частку якої припадає понад 60% загальної роздрібної торгівлі, зростає швидше, ніж ринок в цілому. У сільській місцевості все ще переважають відкриті ринки.

3. Обмеженість доступу до великих ділянок землі в межах міст зменшує ринкові можливості для нових гравців.

4. Сучасний роздрібний ринок України представлений як продовольчими, так і непродовольчими торговими мережами. Найбільш активно розвивається сегмент продуктової роздрібної торгівлі, який представлений понад 30 операторами, займаючи близько 15% роздрібного ринку. Характерною особливістю сегмента є збільшення товарообігу майже всіх роздрібних торговців, в тому числі шляхом значного зростання - розширення роздрібної мережі та присутності в регіонах.

Основні цілі розробки операційної стратегії торговельного підприємства:

- планування виробництва та надання послуг відповідно до корпоративної, конкурентної та функціональної стратегії підприємства;
- створення систем управління для реалізації планів і завдань;
- раціональне використання виробничих фондів, збільшення віддачі активів;
- раціональне використання особистого фактора виробництва та підвищення продуктивності праці;
- систематичне оновлення машин та обладнання;
- оновлення технологій, постійний розвиток ресурсощадних технологій.

Таким чином, виходячи з зазначених тенденцій ринку та основних цілей розробки операційної стратегії торговельного підприємства, визначимо основні особливості, які впливають на її формування:

1) постійне зростання товарообігу свідчить про зростання як кількості споживачів послуг, так і середнього чека, а таким чином, збільшується навантаження на касу, тому торговельні підприємства мають в рамках формування операційної стратегії приділити увагу підвищенню рівня автоматизації операції «розрахунку за покупку»;

2) збільшення навантаження на касові операції потребує оптимізації відбору касирів на роботу та графіків їх роботи;

3) велика кількість конкурентів на ринку та постійне їх збільшення вимагає від торговельних підприємств впровадження операційних стратегій, які будуть підтримувати конкурентну перевагу у низьких операційних витратах.

#### **Література:**

1. Операційна стратегія як основа проектування операційної діяльності [Електронний ресурс] // pidru4niki. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: [https://pidru4niki.com/10720713/menedzhment/operatsiyyna\\_strategiya\\_osnova\\_proektuvannya\\_operatsiynoyi\\_diyalnosti](https://pidru4niki.com/10720713/menedzhment/operatsiyyna_strategiya_osnova_proektuvannya_operatsiynoyi_diyalnosti).

2. Суть виробничої стратегії [Електронний ресурс] // virtual.ks. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.virtual.ks.ua/students/3348-the-essence-of-the-production-strategy.html>.

3. Стратегія поліпшення підприємства [Електронний ресурс] // наука виробництву. – 2016. – Режим доступу до ресурсу:

[http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/4099/1/24\\_SCIENCE-PRODUCTION\\_XLIX.pdf](http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/4099/1/24_SCIENCE-PRODUCTION_XLIX.pdf).

4. Оптовий та роздрібний товарооборот підприємств оптової та роздрібною торгівлі [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

## **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВИРОБНИКА КОНЬЯЧНИХ ВИРОБІВ**

**Шиленко І.І., СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Відоменко І. О.**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

**Вступ.** На сьогодні ринок коньяку є доволі насиченим та характеризується стабільним попитом на продукцію, який до початку пандемічної кризи, тільки зростав з кожним роком. Наразі обсяги виробництва коньяку в Україні повністю покривають попит населення всередині країни та дозволяють здійснювати експорт. Українські виробники коньяку співпрацюють з такими країнами як США, Китай, країнами Європейського союзу, Туреччиною та ін. Однак слід зазначити, що на внутрішньому ринку вітчизняні коньяки також конкурують з імпортними напоями, а враховуючи зниження купівельної спроможності населення України під час пандемії, на даному сегменті виноробної галузі конкурентна боротьба ставатиме жорсткіше. Саме тому пошук шляхів удосконалення системи управління конкурентоспроможністю виробників коньячних виробів є особливо актуальним в сучасних умовах.

**Матеріали та методи.** Питання конкурентоспроможності підприємств порушувались та висвітлювались у багатьох роботах, наприклад: М. Портера, Ж.-Ж. Ламбена, Ф. Котлера, А. Юданова, І. Ліфіца, Р. Фатхудинова, Г. Азоева, Т. Маслової, О. Михайленко, В. Холода, В. Благоєвої, та ін. [1-2]. Але наразі майже відсутні напрацювання з проблем побудови та вдосконалення систем управління конкурентоспроможністю, які б враховували галузеві аспекти, в тому числі й виноробної галузі та її сегменту коньячних виробів. Це й обумовило мету дослідження.

**Результати.** Як писав Майкл Портер: «Стратегічна позиція - це шлях, а не фіксований стан» [1]. Тому можна сказати, що вибір стратегії є одним із найголовніших та найважливіших інструментів управління конкурентоспроможністю підприємства. І саме відповідна стратегія конкуренції має бути покладена в основу розробки системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Система управління має містити сукупність управлінських методів, моделей та субмеханізмів, які б дозволяли проаналізувати конкурентоспроможність підприємства, визначити дієві заходи для її підвищення та реалізувати їх на практиці. Слід зазначити, що досить важливим елементом системи управління конкурентоспроможністю підприємства є інструментарій оцінки рівня його конкурентоспроможності: матричні методи оцінки конкурентоспроможності, індексні (аналітичні)

- Науковий керівник – д.е.н., доц. Радченко О. П.  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, м. Одеса
66. **РОЗВИТОК АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ** 138  
Ступницька М.І., СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – проф. Седікова І. О.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
67. **ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ** 140  
Муркалова Д.І., студ. СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Мужайло В.Д.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
68. **УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ ПОТОКАМИ ІТ ПІДПРИЄМСТВ** 141  
Прунчак М.М., СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник: к.е.н., доц., докторант Козак К.Б.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
69. **РОЗВИТОК КУЛЬТУРИ ХАРЧУВАННЯ ПОЗА ДОМОМ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ РИНКУ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ** 144  
Полянська Ю.Ю., СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – ст. викл. Коренман Є.М.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
70. **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА** 146  
Юрчак М.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Відоменко І.О.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
71. **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВИРОБНИКА КОНЬЯЧНИХ ВИРОБІВ** 149  
Шиленко І.І., СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Відоменко І. О.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
72. **УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ДИВЕРСИФІКОВАНОГО ПІДПРИЄМСТВА** 151  
Молодід А. Ю., студ. СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Відоменко І. О.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
73. **УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ВИНОРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА** 153  
Курганова А.В., студ. СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Відоменко І.О.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса