

**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**

територіальних підрозділів та інших уповноважених осіб без контакту з представниками влади: Он-лайн будинок юстиції та Кабінет електронних сервісів.

Забезпечення можливості громадянам отримувати багато різної корисної інформації стосовно видів, форм, порядку та вимог до отримання адміністративних послуг, зробіть діяльність органів місцевого самоврядування більш зрозумілою для відвідувачів. Наведені фактори сприяють створенню нового обличчя держави, поступового перетворення у сервісну державу, яка символізує прозорість, високу якість обслуговування та доступність.

### **Література:**

1. Електронний центр надання адміністративних послуг в Одеській області. URL: <https://cnap.odessa.gov.ua>.

2. Проект доповіді про стан інформатизації та інформаційного суспільства в Україні за 2014 рік. URL: <http://www.dkni.gov.ua/content/shchorichna-dopovid-pro-rozvytok-informacijnogo-suspilstva>.

3. Регіональна програма інформатизації Одеської області на 2014–2016 роки «Електронна Одещина». URL: <http://oda.odessa.gov.ua/ru/nformatizacuja-oblast/dokumenty/>.

4. Гуненкова О. В., Молодожен Ю. Б. Процес надання адміністративних послуг через призму системного підходу. *Університетські наукові записки: часопис Хмельн. унів-ту упр. та права. Хмельницький: Вид-во ХУУП, 2014. № 3 (51). С. 194–203.*

## **БЕНЧМАРКІНГ ЯКОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ КОМПАНІЙ-ПЕРЕВІЗНИКІВ**

**Садовська І.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – ст. викладач Бренер О.Д.**

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

Високий рівень конкуренції на ринку вантажних перевезень, підвищення цін на паливо-мастильні засоби, запровадженні карантинні заходи, економічна ситуація в країні – все це змушує шукати нові шляхи розвитку та підвищення ефективності підприємств. Одним із найефективніших інструментів удосконалення бізнес-процесів є бенчмаркінг.

Бенчмаркінг являє собою спосіб вивчення діяльності господарюючих суб'єктів, насамперед конкурентів, з метою використання їх позитивного досвіду в своїй роботі.

Мета бенчмаркінгу — порівняти компанію з "передовим" конкурентом щодо того, якими засобами він досяг конкретних показників, після чого скопіювати ці бізнес-процеси для підвищення їх ефективності у досліджуваній компанії [1].

Транспортна логістика – це система з організації доставки, а саме з переміщення будь-яких матеріальних предметів, речовин тощо з однієї точки в іншу за оптимальним маршрутом. Транспорт як провідна галузь економіки

забезпечує функціонування і розвиток усіх галузей господарського комплексу країни, виступає фундаментальною основою їх взаємодії у процесі економічного розвитку [2].

На ринку вантажних перевезень України (таблиця 1) станом на кінець 2019 р. частка автомобільного транспорту порівняно з іншими видами транспорту становила 73%. Таким чином, автомобільні перевезення займають найбільшу питому вагу в структурі перевезень вантажів.

Таблиця 1 – Обсяг перевезених вантажів за видами транспорту, млн. тонн. [3]

Вид транспорту	2015р	2016р	2017р	2018р	2019р
Залізничний	350	343	339	322	313
Автомобільний	1021	1086	1122	1206	1147
Водний	6	7	6	6	190
Морський	3	3	2	2	6
Річковий	3	4	4	4	2
Авіаційний	0,1	0,1	0,1	0,1	4
Трубопровідний	97	107	115	109	0,1
Всього	1480,1	1550,1	1588,1	1649,1	1662,1

У цілому на ринку комерційних перевезень підприємницьку діяльність здійснюють більше 56 тис. автоперевізників. Ліцензіати використовують понад 154 тис. транспортних засобів, діючими є 45360 ліцензій (за видами автомобільних перевезень). Незважаючи на високий рівень конкуренції, в Україні майже відсутнє практичне застосування бенчмаркінгу в оцінці якості логістичних процесів.

Етапи бенчмаркінгу [4] :

- 1) планування;
- 2) аналіз бізнес-процесів інших компаній;
- 3) впровадження;
- 4) контроль та оцінювання.

Об'єктом дослідження є якість логістичних процесів лідерів транспортно-логістичної галузі України, які доцільно використати для оцінки конкурентоздатності та потенціалу транспортної компанії що займається транспортними перевезеннями та пропонує логістичні послуги. Порівняння проведено за допомогою саме функціонального бенчмаркінгу, основою якого є використання даних діяльності лідерів галузі та виявлення їх кращих підходів у веденні бізнесу [5].

Лідерами у даній галузі є такі компанії: «Транс-Сервіс1», «Баядера Логістик», «Весттрасойл» та «Європа-Транс Лтд». Обсяги їх вантажних перевезень та перевезень «МВ ТРАНСПОРТ» протягом 2015-2017 рр. наведено на рис. 1.

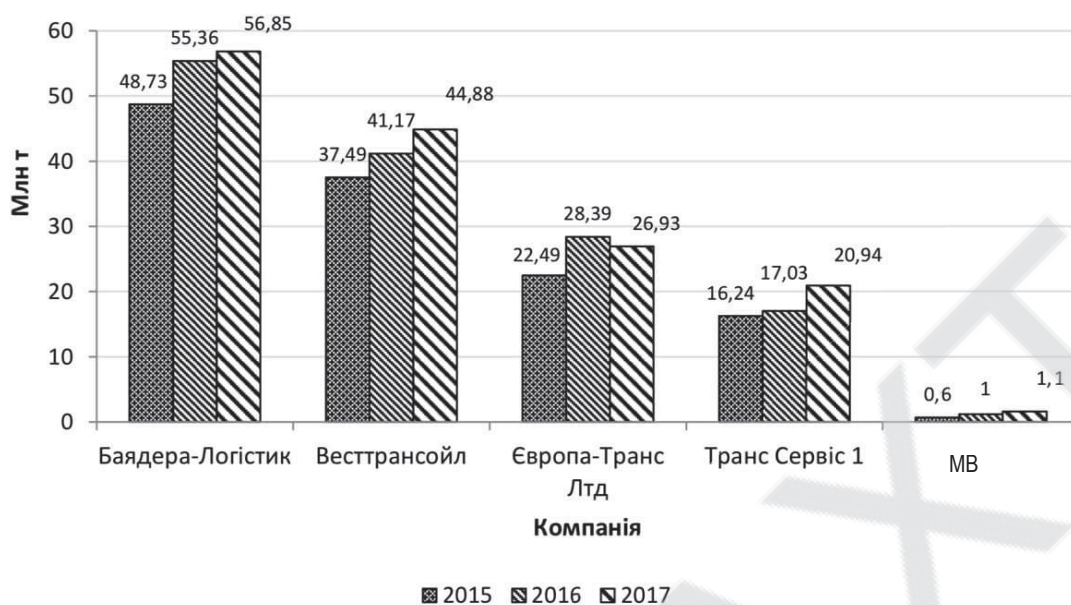


Рис. 1 – Обсяги вантажних перевезень досліджуваними компаніями у період 2015-2017 рр. (млн. т.)

Аналіз транспортних компаній показав, що маленькі та середні підприємства цієї галузі мають наслідувати поведінку великих підприємств на ринку. Таким чином, компанія «МВ ТРАНСПОРТ» має гарні можливості, використання яких призведе до підвищення конкурентоздатності підприємства на ринку транспортних послуг та ефективності її господарської діяльності.

Основна перевага бенчмаркінгу полягає в тому, що здійснення логістичних функцій стає більш ефективним, оскільки досліджуються і впроваджуються кращі методи і технології інших підприємств або галузей. Це призведе до більш якісного задоволення потреб покупців, позначиться на зниженні логістичних витрат, що створить передумови для підвищення прибутковості бізнесу. Таким чином, бенчмаркінг є важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності та результативності підприємства.

#### Література:

1. Добрянська Н.А., Попович О.М., Варгатюк М.О. Суть та значення методу бенчмаркінгу відносно оцінки конкурентоспроможності підприємства. АГРОСВІТ. 2016. №11. С. 3-6.
2. Тридід О.М. Логістика: навч. посіб. К.: Знання, 2008. 566 с.
3. Обсяг перевезених вантажів за видами транспорту // Державна служба статистики України: URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/tr/tr\\_rik/tr\\_rik\\_u/op\\_vant\\_vt\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/tr/tr_rik/tr_rik_u/op_vant_vt_u.htm) (дата звернення: 30.03.2021).
4. Командровська В.Є., Градун А.І. Оцінка стратегії діяльності підприємства за допомогою методу бенчмаркінгу. URL: <http://ecobio.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/download/306/295> (дата звернення: 30.03.2021).

5. Чевганова В.Я. Особливості застосування бенчмаркінгу для оцінювання потенціалу транспортної компанії. «Modern Economics». 2019. вип. 14 Т. 1. С. 272-278.

## **РОЗРОБКА СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Русецька А.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ**

**Науковий керівник – к.е.н., доц. Агеєва І.М.**

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

Актуальність теми полягає в тому, що кожне підприємство виноробної галузі, для підтримання свого стану або для його покращення, в першу чергу має виявити стратегічні напрямки розвитку підприємства. Досліджуючи цю тему звернемо увагу на стратегічне планування, яке в свою чергу забезпечує довгострокову результативність та освоєння нових можливостей підприємства.

Стратегічне планування – це планування продуктивної діяльності підприємства на певну стадію, з визначеними цілями і їх змінами через нестабільний ринок, а також реалізації даних цілей і задач відповідно до його потенціалу[1].

Аналіз останніх наукових публікацій і статей наштовхнув на думку, що кожне виноробне підприємство при формуванні стратегічних напрямів, має обов'язково включити стратегію націлену на вихід підприємства на зовнішні ринки. Національною Експортною Стратегією України до 2021 визначено 48 країн у фокусі. При цьому Україна експортує широку номенклатуру товарів та послуг практично у всі країни світу. Криза Світової організації торгівлі, стратегічне протистояння країн-лідерів глобальної торгівлі все більше призводять до децентралізації світової торгівлі, що відкриває можливості нарощування торговельних відносин не тільки вже зі сталими партнерами, але і налагодженню зв'язків з новими країнами[4].

На сьогодні рівень споживання вина в Україні становить близько 3,5–5 л сухого вина на людину замість потрібних щонайменше 15–20 л на рік; для прикладу, рівень споживання вина у провідних європейських країнах — до 40–50 л на людину[2]. Відповідно українським виноробам потрібно збільшувати експорт вина на закордонні ринки.

В Україні продовжує зростати культура споживання вина, при цьому спостерігається негативна тенденція до зниження виробництва та внутрішньої переробки. Так, у 2020 році виробництво винограду знизилось на 97 тис тонн – до рекордно низького рівня у 269 тис. тонн. Переробка винограду при цьому впала майже удвічі у порівнянні до минулого року та склала всього 75 тис тонн, що також є рекордно низьким показником за всю історію нашої країни. Про це з посиланням на інформацію митної служби України повідомили в асоціації «Український клуб аграрного бізнесу».

74. **ОСОБЛИВОСТІ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ НА СУЧАСНИХ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ** 156  
Кошкіна М.Ю., студ. СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – ст. викладач Левчук Ю.С.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
75. **ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ КОРОНОВІРУСУ** 158  
Полоус Д.Т. студ. СВО «Магістр» факультету ММіЛ  
Науковий керівник - к.е.н., доц. Дьяченко Ю.В.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
76. **ОСОБЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ** 161  
Ніколенко Н.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ група ГРС-202  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Колеснікова К.С.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
77. **ФОРМИ ФАСИЛІТАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА** 164  
Бархам Д.А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ  
Науковий керівник – к.е.н., ст. викл. Бондар В.А.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
78. **СИСТЕМА СТРАТЕГІЙ ВИНОРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА** 166  
Духнич Е.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агєєва І.М.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
79. **ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСАХ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ** 167  
Кирилова В.П. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – д.е.н., проф. Ніколюк О.В.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
80. **БЕНЧМАРКІНГ ЯКОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ КОМПАНІЙ-ПЕРЕВІЗНИКІВ** 170  
Садовська І.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – ст. викладач Бренер О.Д.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
81. **РОЗРОБКА СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ** 173  
Русецька А.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агєєва І.М.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
82. **ОПТИМІЗАЦІЯ ВАНТАЖНО-РОЗВАНТАЖУВАЛЬНИХ РОБІТ ПРИ ТРАНСПОРТУВАННІ ЗЕРНА** 175  
Курнік Б.В. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Дроздова В.А.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса