

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
78 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ВИКЛАДАЧІВ АКАДЕМІЇ**

Одеса 2018

Наукове видання

Збірник тез доповідей 78 наукової конференції викладачів академії
23 – 27 квітня 2018 р.

Матеріали, занесені до збірника, друкуються за авторськими оригіналами.
За достовірність інформації відповідає автор публікації.

Рекомендовано до друку та розповсюдження в мережі Internet Вченою радою
Одеської національної академії харчових технологій,
протокол № 12 від 24.04.2018 р.

Під загальною редакцією Заслуженого діяча науки і техніки України,
Лауреата Державної премії України в галузі науки і техніки,
д-ра техн. наук, професора Б.В. Єгорова

Укладач Т.Л. Дьяченко

Редакційна колегія

Голова

Єгоров Б.В., д.т.н., професор

Заступник голови

Поварова Н.М., к.т.н., доцент

Члени колегії:

Амбарцумянц Р.В., д-р техн. наук, професор

Безусов А.Т., д-р техн. наук, професор

Бурдо О.Г., д.т.н., професор

Віннікова Л.Г., д-р техн. наук, професор

Волков В.Е., д.т.н., професор

Гапонюк О.І., д.т.н., професор

Жигунов Д.О., д.т.н., доцент

Іоргачова К.Г., д.т.н., професор

Капрельянц Л.В., д.т.н., професор

Коваленко О.О., д.т.н., ст.н.с.

Косой Б.В., д.т.н., професор

Крусір Г.В., д-р техн. наук, професор

Мардар М.Р., д.т.н., професор

Мілованов В.І., д-р техн. наук, професор

Осипова Л.А., д-р техн. наук, доцент

Павлов О.І., д.е.н., професор

Плотніков В.М., д-р техн. наук, доцент

Станкевич Г.М., д.т.н., професор,

Савенко І.І., д.е.н., професор,

Тележенко Л.М., д-р техн. наук, професор

Ткаченко Н.А., д.т.н., професор,

Ткаченко О.Б., д.т.н., професор

Хобін В.А., д.т.н., професор,

Хмельнюк М.Г., д.т.н., професор

Черно Н.К., д.т.н., професор

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Євтушок О.В. канд. екон. наук, ст.викл., Значек Р.Р., асистент
Одеська національна академія харчових технологій**

Будь-яка підприємницька справа розпочинається із складання бізнес-плану. Бізнес-план – це документ, який описує поточний стан підприємства, шляхи досягнення успіху на ринку та перспективи розвитку. Цей документ розробляють не лише юридичні особи різних організаційно-правових форм, а й приватні підприємці. Одним із найбільш важливих інструментів стратегічного управління виступає бізнес-планування [1].

Планування діяльності підприємства охоплює такі етапи:

- аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства;
- визначення загальної стратегії та інноваційних можливостей підприємства;
- формування стратегічних завдань та розроблення концепції стратегії;
- формування бізнес-планів; розроблення і реалізація інноваційних проектів [2].

Мета розробки бізнес-плану – спланувати діяльність підприємства на найближчі та віддалені періоди відповідно до потреб ринку і можливостей отримання необхідних ресурсів. Це документ, який містить комплексне обґрунтування стратегії розвитку всіх сфер діяльності підприємства на основі поточного та перспективного планування такої діяльності.

Значення бізнес-плану полягає у тому, що він: дозволяє визначити життєздатність підприємства в умовах конкуренції; слугує інструментом отримання фінансової підтримки; дає можливість обґрунтувати організацію підприємницької справи в обраній сфері; надає основні напрямки розвитку підприємства з урахуванням поставлених цілей [3].

Бізнес-план торговельного підприємства складається за такими типовими розділами:

1. Вступ – подається як самостійний розділ, в якому стисло викладено основні положення бізнес-плану. Його слід подати так, щоб викликати інтерес у потенційного інвестора чи банку. Потрібно чітко і переконливо викласти головні аспекти пропонованого проекту, зокрема: види діяльності підприємства; необхідні фінансові ресурси для його створення і нормального функціонування; очікуваний прибуток; обсяг попиту на товари; шляхи досягнення комерційного успіху.

2. Опис підприємства та галузі. Подається опис існуючого стану галузі, у якій створюється нове підприємство. Важливо зазначити актуальність створення цього підприємства в контексті стану справ у цій ланці торгівлі (оптова, роздрібна, комерційно-посередницька). Дається інформація про спеціалізацію торговельного підприємства, види підприємництва, опис основних напрямків діяльності, цілі та завдання.

3 Характеристика товарів (послуг) і товарних ринків. У цьому розділі необхідно дати перелік і опис товарів або послуг, які будуть пропонуватись на ринку. Варто зазначити деякі аспекти технології, яка необхідна для створення товарів, надання послуг. При висвітленні основних характеристик товарів роблять акцент на тих перевагах, які ці товари дадуть потенційним покупцям, а не на технічних подробицях.

4 Характеристика конкурентного середовища. Перелічуються основні конкуренти продавців аналогічних товарів. Дається загальна характеристика кількісних і якісних показників товарів конкурентів, дизайн, ставлення до них споживачів.

5. План маркетингу. У цьому розділі бізнес-плану наводяться відомості про наявність у торговельному підприємстві служби маркетингу, канали розподілу товарів і пропозиції щодо їх удосконалення. Аналізуючи канали розподілу товарів, потрібно зазначити, як підприємство продаватиме свої товари: через власну роздрібну торговельну мережу, оптові

організації, комерційних посередників, відділи (секції), що орендуються в універмагах або в інших типах роздрібних торговельних підприємств, підприємців.

6. Виробничий план. Цей розділ бізнес-плану розробляють лише для тих торговельних підприємств, які займатимуться виробництвом, наприклад, громадським харчуванням. Головне завдання – довести потенційним партнерам, банку, інвесторам, що підприємство здатне реально виробити необхідну кількість якісної продукції у відповідні строки.

7. Організаційний план. Подається інформація про організаційну структуру підприємства та пропозиції щодо її вдосконалення, забезпеченість робочою силою, про склад кадрів та їх кваліфікацію; зазначаються системи оплати праці та порядок преміювання, пропозиції щодо зміни форм оплати праці, висновки щодо планової чисельності персоналу і розширення штату, заходи з навчання, підготовки і підвищення кваліфікації кадрів, а також доцільність залучення сторонніх консультантів.

8. Фінансовий план. У цьому розділі бізнес-плану зазначається, скільки необхідно коштів для здійснення проекту, джерела фінансування (отримання кредиту, залучення акціонерного або пайового капіталу), призначення фінансування (застосування залученого капіталу). Крім того, зазначаються терміни повернення позичкових коштів, терміни окупності вкладень.

9. Оцінка ризику та страхування. Розробляючи бізнес-план, потрібно заздалегідь передбачити можливі ризики, з якими може зіштовхнутися торговельне підприємство, виявити джерела цих ризиків та момент (період) їх виникнення. У подальшому – розробити заходи щодо зниження ступеня ризиків і мінімізації можливих втрат [4].

Відсутність чіткого бізнес-планування тягне за собою відсутність у підприємства чітко намічених цілей і аналізу існуючих проблем.

Підприємство, яке не здійснює бізнес-планування, автоматично стає незахищеним від зовнішніх і внутрішніх факторів, так як для вирішення проблем не розроблені ні механізми, ні внесені пропозиції щодо їх ліквідації [5].

Оцінити всю важливість бізнес-планування на підприємстві дуже складно, але чітко зрозуміло, що на підприємстві, яке ставить перед собою мету не тільки здійснювати свою торговельну діяльність в же встановлених рамках і обсягах, а й розвиватися, покращуючи своє фінансове становище і конкурентоспроможність, бізнес-планування має проводитися на довгостроковий – перспективний період.

Література

1. Бабінська О.В. Віртуальне підприємництво – стратегія майбутнього // Формування стратегії розвитку регіону на інноваційній основі (за матеріалами XIV Міжн. наук.-практ. конф.): Науковий вісник ЧТЕІ КНТЕУ. Вип. І. – Чернівці: АНТ Лтд., 2007. – Ч І. – С. 78–82.
2. Бізнес-план: практ. посіб. / К. Барроу, Пол Барроу, Роберт Браун.; [3-є вид.] – К.: Знання, 2008. – 285 с.
3. Бескровна Л.О. Бізнес-планування підприємства: навч. посіб. / Л.О. Бескровна. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2012. – 124 с.
4. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навчальний посібник. – Вид. 2-ге / С.Ф. Покропивний, С.М. Соболь, Г.О. Швиданенко, О.Г. Дерев'янко. – К.: КНЕУ, 2002. – 379 с.
5. Мізюк Б.М. Стратегічне управління: підручник / Мізюк Б.М. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: Магнолія плюс, 2006. – 392 с.

ОГЛЯД РИНКУ ПРОДУКТІВ СПОРТИВНОГО ХАРЧУВАННЯ	
Кручек О.А.	289
БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Свтушок О.В., Значек Р.Р.	290
МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ	
Свтушок О.В., Ліпова О.Л.	292
ПРОБЛЕМИ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПИВНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	
Лозовська Г.М.	293

СЕКЦІЯ «МЕНЕДЖМЕНТ І ЛОГІСТИКА»

ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ	
Савенко І.І.	295
МІСЦЕ І РОЛЬ СТРАТЕГІЇ В УПРАВЛІННІ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	
Каламан О.Б.	296
ФОРМУВАННЯ ВИРОБНИЧО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО КОМПЛЕКСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ БІОРЕІНЖІНІРИНГУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВOSTІ	
Корсікова Н.М.	298
РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ЗАГАЛЬНОМУ МЕХАНІЗМІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	
Козак К.Б.	300
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СФЕРИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ	
Дроздова В.А.	302
СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВOSTІ	
Ніколюк О.В., Левчук Ю.С.	303
МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ ХАРАКТЕРИСТИК ПРИЙМАЛЬНО-ВІДПУСКНОЇ ЕКСПЕДИЦІЇ СКЛАДІВ-ХОЛОДИЛЬНИКІВ	
Чабаров В.О., Мужайло В.Д.	305
ФАКТОРИ ТА УМОВИ ФІНАНСОВОЇ РІВНОВАГИ ПІДПРИЄМСТВ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ	
Бондаренко С.А.	307
АНАЛІЗ РИНКУ КОВБАСНИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ	
Дьяченко Ю.В.	309
УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ МАЛОГО АГРОПІДПРИЄМСТВА	
Брюшкова Н.О.	312
ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	
Кругляк Г.О.	313
ВПРОВАДЖЕННЯ «МАТРИЦІ КОНФЛІКТНОСТІ ПЕРСОНАЛУ» ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ»	
Селіхов С.В.	314

СЕКЦІЯ «ОБЛІК І АУДИТ»

АСПЕКТИ ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ОБ'ЄДНАНЬ	
Купріна Н.М.	316
ЗЕМЕЛЬНА РЕФОРМА. БУТИ ЧИ НЕ БУТИ?	
Немченко В.В., Немченко Г.В.	317
ЗАСТОСУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ	
Ощепков О.П.	318
ОЦІНКА МАЙНА ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	
Ступницька Т.М.	319
АНАЛІЗ ЕКСПОРТУ РОСЛИННИХ ОЛІЙ З УКРАЇНИ	
Антонюк О.П., Антонюк П.О.	321
УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ, ЯК МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВOSTІ	
Іванченкова Л.В.	322
ОСНОВНІ АСПЕКТИ НОВОЇ РЕДАКЦІЇ ПОЛОЖЕННЯ ПРО ВЕДЕННЯ КАСОВИХ ОПЕРАЦІЙ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ВАЛЮТІ В УКРАЇНІ	
Євтушевська О.О.	323
СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ	
Баранюк Х.О.	325