

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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



МАТЕРІАЛИ

**ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
19 – 20 ЖОВТНЯ 2021 р.**

**«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ»**

м. Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції 19-20 жовтня 2021 року. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2021. – 369 с.

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

Науковий редактор Мельник Ю.М. - д-р екон. наук, професор, директор ННПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНАХТ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Купріна Н.М. – д.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Савенко І.І. – д.е.н., проф., Іванченкова Л.В. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Неустроєв Ю.Г. – к.е.н., доц.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

Література

1. Купріна Н.М. Теоретико-методологічні основи забезпечення конкурентоспроможності харчової промисловості України на засадах її персистентної трансформації: дис. докт.... екон. наук: 08.00.03: захист 14.05.2021 / наук. консульт. Б.В. Буркинський. Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН, 2021. 39 с.
2. Купріна Н.М. Забезпечення конкурентоспроможності харчової промисловості України: теорія і практика: монографія. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», Одеса. 2019. 304 с.
3. Бетге Йорг. Балансоведение / пер. с нем.; научный редактор В.Д. Новодворский, вступление А.С. Бакаева, прим. В.А. Верхова. Москва: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2000. 454 с.
4. Имущество компании в качестве определителя курса акций // Финансы-Менеджмент-Маркетинг-Рынок Ценных Бумаг [Электронный ресурс]. 2009. URL: <http://www.finance-economy.ru/2009/12> (дата звернення: 06.08.2019).

РИЗИКИ ХЛІБОПЕКАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Басюркіна Н. Й., д.е.н., професор
Ласкаєв О. М., аспірант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Підприємництво у хлібопекарському бізнесі у всьому світі характеризується високим ступенем ризикованості, а в Україні ситуація ускладнюється загальною нестабільністю економіки. Тому керівники українських хлібопекарських підприємств мають постійно моніторити економічні трансформації, враховувати швидкозмінні вимоги ринку, вчасно виявляти і вдало запобігати різноманітним ризикам для недопущення перетворення їх у проблеми та незворотній стан підприємницьких структур. Для забезпечення інноваційного розвитку хлібопекарського бізнесу необхідно вчасно визначати ризики.

На основі проведених досліджень виробників хлібу і хлібобулочної продукції виявлено основні ризики, які гальмують інноваційний розвиток хлібопекарського бізнесу в Україні, а саме:

- щорічне скорочення споживання хліба в Україні, через зменшення кількості населення, що призводить до падіння обсягів його виробництва. За період з 2000 до 2021 р. спостерігалось зменшення виробництва хліба в Україні майже на 300 %;
- щорічне зниження частки зерна з високими хлібопекарськими властивостями і значне збільшення домішок, що впливає на якість борошна та

його хлібопекарські властивості;

- моральне та фізичне застарівання хлібопекарського обладнання вітчизняних хлібозаводів внаслідок занепаду національного хлібопекарського машинобудівництва;

- майже відсутність якісних і недорогих інгредієнтів для виготовлення хлібопродукції;

- високі ціни на хліб та хлібобулочні вироби внаслідок вищезначених чинників, перманентного подорожчення енергоносіїв та інфляційних процесів;

- слабка фінансово-економічна підтримка хлібопечення державними органами;

- відсутність спеціалізованого науково-дослідного інституту, що стримує можливість розробки галузевих норм, здатних упорядкувати стандарти хлібопечення;

- відсутність ефективного інвестора, здатного активізувати інноваційну діяльність підприємницьких структур, зайнятих виробництвом хліба і хлібобулочної продукції.

Хліб є соціальним продуктом, тому ризик зростання цін на нього є визначальним чинником, який стримує інноваційний розвиток.

Якщо вартість пшениці не так сильно відбивається на споживчій ціні хліба (витрати дорівнюють лише 15 % від загальної вартості), то ціна борошна значно позначиться на ціні хлібобулочних виробів (40 % собівартості хліба припадає саме на борошно).

У 2020 р. майже на 30 % подорожчали інші інгредієнти хлібу – цукор та соняшникова олія, що збільшило виробничі витрати і, відповідно, ціну хліба. У 2021 р. ця тенденція продовжується.

На ціну хліба впливає, звісно, коронавірус. Через епідеміологічну ситуацію виробники змушені витратити більше коштів на пакування продукції, санітарні заходи та доставку хлібобулочних виробів, що призводить до його здорожчання.

Через подорожчання комунальних платежів і підвищення мінімальної зарплати вартість хліба зросла в межах 5 %.

Але, зважаючи на соціальну спрямованість хлібопечення, виробники намагатимуться стримувати зростання цін.

Під впливом цих ризиків, та спроб їх усунення або зменшення їх впливу, нами визначено такі тенденції ринку хлібу і хлібобулочної продукції, в Україні:

- скорочення великого і зростання виробництва хліба в роздрібних мережах;

- збільшення асортименту хлібобулочної продукції, зменшення розмірів і ціни на неї;

- посилення впливу на ринок нерівних умов оподаткування учасників

ринку, нечесної конкуренції. Спрощена система оподаткування, лібералізація держконтролю спотворили конкуренцію на хлібному ринку. Наростання кількості дрібних виробників та їх агресивна стратегія в регіонах є проблемою для бізнесу, який працює «по-білому», сплачує ПДВ і т.п. Дрібні виробники в основному працюють на спрощеній формі оподаткування або за комбінованою моделлю, приховуючи частину обороту. В результаті для цієї категорії виробників є велика преференція в ціноутворенні. До того ж їх ніхто не моніторить і не контролює, таким чином вони мають можливість маніпулювати рецептурами, декларувати один склад продукту, а по суті йому не відповідати і т.п.;

– мода на здорове харчування та зміна сприйняття хліба, ставлення до хліба, як до «недружнього» продукту. Великі виробники мають можливість проводити роботу з молоддю, науковими і навчальними закладами і пояснювати, що хліб є унікальним джерелом мікроелементів і мінералів, які не можна замінити жодним іншим продуктом. Неупакований хліб не завжди є свіжим, а в епоху пандемії коронавірусу взагалі краще купувати упаковні хліб і хлібобулочні вироби;

– зміна формату співпраці з торговельними мережами і поступове повернення до початкової бізнес-спеціалізації. Більшість торговельних мереж скорочують площі, які вони спочатку відводили під створення пекарень. Після буму власних пекарень, торговельні мережі починають оптимізувати цехи і мінімізують участь безпосередньо у виробництві хліба. Мережі залишають собі найлегшу частину виробничого процесу – доведення до готовності. Але заміс тесту, оброблення, приготування заготовки – з усім цим вони зв'язуватися не хочуть, це не їх бізнес. Крім того, цільнозернову продукцію, заварні, житні сорти супермаркети просто фізично не в змозі зробити з низки технологічних обмежень. З іншого боку – зростає попит на заморожену, пребейк-продукцію, яка розігрівається на місці. Навіть більше, мережі поступово відмовляються від пекарів, тому що вони прагнуть отримувати фактично готовий хліб і фахівців, які доведуть його до готовності, після чого залишиться тільки покласти продукт на полицю. Згодні з думкою, що майбутнє за великими виробниками хлібу;

– попит на високомаржинальні, крафтові види хлібу і хлібобулочних виробів. В Україні, всупереч усім кризовим явищам в економіці, сформувався ємний ринок дорогих хлібів, основні вимоги до яких – якість, свіжість і незвичайна рецептура. Для великих міст – обласних центрів, мільйонників – вартість хліба давно перестала бути основним фактором;

– поява на ринку транснаціональних компаній. Розвиток технологій зробив можливим використання заготовок, імпорт яких збільшується. Аналогічного продукту за якістю або кількістю торгівлі мережі не можуть знайти в Україні, тому виникає можливість: по-перше, нарощування

виробництва такої номенклатури; по-друге, експорту хліба, перш за все замороженого. Україна в змозі бути глобальним гравцем на європейському хлібному ринку. В Україні навряд чи зникне індустріальне велике виробництво – це культура пострадянських країн, і вона дуже сильна. Вважаємо, відбудеться перерозподіл на ринку і консолідація;

– розвиток «хлібного» стрітфуда. Загальносвітовою тенденцією є різке зростання обсягів споживання їжі «на ходу». З підвищенням значущості та цінності часу як непоповнюваного ресурсу, зростає популярність сегменту ready meals to go. Зокрема, це формує попит на дрібноштучну хлібну продукцію широкого асортименту. Один з проявів цього тренда нині – зростання виробництва тостового хліба, який є основою для сендвічів. Протиставити цьому прискоренню можна нові сорти хліба – спеціалізовані, в тому числі дієтичні, лікувально-профілактичні, безглютенові, фітнес, поштучні, розвиток франшиз тощо.

Загальносвітовий чинник – глобальне потепління призводить до подорожчання хлібопродукції, тому що безпосередньо впливає на терміни її зберігання та вимоги до упаковки.

Для виживання на ринку виробники хліба вимушені намагатися утримати свої ринкові частки, розвивати нові продукти і створювати нові споживчі властивості в умовах швидкозмінної кон'юнктури, для чого потрібні інвестиції.

Активізація інвестиційних процесів і раціональне використання ресурсів є визначальним чинником інноваційного розвитку хлібопекарського бізнесу України в умовах ризиків трансформаційного періоду.

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ТА СЕРЕДНІМ БІЗНЕСОМ В УКРАЇНІ

Константинова Т.В., к.е.н., старший викладач

Шалений В.А., к.е.н., доцент

Бровкіна Ю.О., к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Розглядаючи економічну сутність малого бізнесу зазначимо, що малий бізнес являє собою одну із форм організації життя суспільства в умовах ринкової економіки.

Характерною особливістю управління підприємствами малого бізнесу є те, що засновник безпосередньо займається питаннями керівництва, а отже на етапі організації бізнесу стикається з такими проблемами:

- вивчення стану ринку;
- формування виробничої бази та підбір персоналу

	Асауленко Н. В., аспірант, ст. викладач кафедри, ОНАХТ, м. Одеса ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ АГРОПРОМИСЛОВОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ	302
92.	Мануїлова К.В., д.н. з держ. упр., доцент; Полянській А.О., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ФІРМ НА РИНКАХ УКРАЇНИ	305
93.	Чабаров В.О. к.т.н., доцент; Євтушок О.В., к.е.н., ст. викладач. ОНАХТ, м. Одеса, Україна НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ ПРОАКТИВНИХ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	310
94.	Дурбалова Н.І., аспірантка, ОНАХТ, м. Одеса, Україна МЕТОДОЛОГІЯ РИЗИК-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	312
95.	Седіков Д. В., викладач, ОНАХТ, м. Одеса, Україна СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ПОРТОВИХ ЕЛЕВАТОРІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ	315
96.	Відоменко І.О., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна АНАЛІЗ МАКРОСЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ	319
97.	Ринкова А.А., аспірантка, ОНАХТ, м. Одеса, Україна ПЕРСИСТЕНТНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	322
98.	Купріна Н.М., д.е.н., доцент, декан ф-ту економіки, бізнесу і контролю, ОНАХТ, м. Одеса, Україна РИЗИКИ ХЛІБОПЕКАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	327
99.	Басюркіна Н. Й., д.е.н., професор; Ласкаєв О. М., аспірант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ТА СЕРЕДНІМ БІЗНЕСОМ В УКРАЇНІ	330
100.	Константинова Т.В., к.е.н., ст. викладач; Шалений В.А., к.е.н., доцент; Бровкіна Ю.О., к.е.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна ШЛЯХИ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В КРИЗОВИХ УМОВАХ	332
101.	Колесник В.І., к.е.н., доцент; Немченко Г.В., PhD, асистент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ	334
102.	Басюркіна Н.Й., д.е.н., професор; Пакуленко О.В., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	337