

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

**ЗБІРНИК
НАУКОВИХ ПРАЦЬ**
*МОЛОДИХ УЧЕНИХ,
АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ*



ОДЕСА
2018

ББК 36.81 + 36.82
УДК 663 / 664

Головний редактор, д-р техн. наук, проф.
Заступник головного редактора, канд. техн. наук, доцент.
Відповідальний редактор, д-р техн. наук, проф.

Б.В. Єгоров
Н.М. Поварова
Г.М. Станкевич

Редакційна колегія
доктори наук, професори:

Р.В. Амбарцумянц, А.Т. Безусов, С.В. Бельтюкова,
О.Г. Бурдо, Л.Г. Віннікова, О.І. Гапонюк,
К.Г. Іоргачова, Л.В. Капрельянц, Б.В. Косой,
С.В. Котлик, Г.В. Крусір, М.Р. Мардар, В.І. Мілованов,
В.В. Немченко, Л.А. Осипова, О.І. Павлов,
В.М. Плотніков, І.І. Савенко, О.Є. Сергєєва,
Л.М. Тележенко, О.С. Тітлов, Н.А. Ткаченко,
О.Б. Ткаченко, Г.М. Хмельнюк, В.А. Хобін. Н.К. Черно,
О.О. Коваленко, Д.О. Жигунов

доктори наук:

Одеська національна академія харчових технологій
Збірник наукових праць молодих учених, аспірантів та студентів
Міністерство освіти і науки України. – Одеса: 2018. – 240 с.

Збірник опубліковано за рішенням вченої ради від 03.07.2018 р., протокол № 15
За достовірність інформації відповідає автор публікації

РОЗДІЛ 8

**ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-
ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ
ХАРЧОВОЇ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Крім цього, дебіторська заборгованість набуває поділу за термінами погашення, тому як в регістрах бухгалтерського обліку немає чіткого відображення очікуваного і реального термінів погашення. Тому доцільніше було б заздалегідь прогнозувати можливі ризики та гарантії щодо забезпечення погашення заборгованості.

За результатами проведеного аналізу можна зробити висновок про відсутність єдиного підходу щодо визначення поняття «дебіторська заборгованість» та її класифікаційних ознак відповідно до підходів різних авторів у економічній літературі та нормативних актах. На нашу думку, для цілей обліку слід керуватись діючим законодавством України та Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість».

Науковий керівник – доц., к.е.н. Ступницька Т.М.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість": за редакцією від 09.08.2013р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99>
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 39 (МСБО 39) «Фінансові інструменти: визнання та оцінка» за редакцією від 17.10.2013 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_015

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ТА ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Серікова К.М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів (з доповіді Всесвітнього економічного форуму).

Сучасне економічне середовище характеризується посиленням динамізму протікання всіх процесів, утому числі й конкурентної боротьби. На даному етапі економічного розвитку міжнародна конкурентоспроможність підприємств є важливим елементом в економіці взагалі. А самеконкурентоспроможність підприємств являє собою властивість, яка характеризується рівнем задоволення певної потреби, представленої на даному ринку.

Рейтинг України за індексом конкурентоспроможності бізнесу за період з 2012 по 2017 роки видно на Рис. 1. Треба зазначити, що українські підприємства займають середні позиції із 137 можливих, незважаючи на те, що за останні два роки (2016-17р.р.) спостерігається тенденція до зниження позицій.

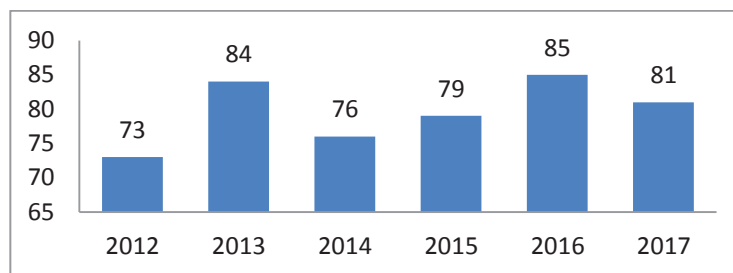


Рис. 1. Рейтинг України за індексом конкурентоспроможності бізнесу [1]

На основі аналізу наукових праць у сфері оцінки конкурентоспроможності підприємства всю сукупність методів оцінювання можна об'єднати у групи:

1. Підходи на основі традиційного методу оцінювання конкурентоспроможності товару.

Методи цієї групи передбачають розрахунок одиничних і групових показників. На першому етапі оцінювання виділяють найбільш важливі для споживача характеристики товару: споживчі та економічні. На основі порівняння характеристик базової моделі та досліджуваного зразка визначають одиничні показники конкурентоспроможності. Далі всередині кожної групи критеріїв здійснюють ранжування показників за ступенем їхньої значущості для споживача. Потім розраховують групові показники зведеного індексу конкурентоспроможності за споживчими та економічними властивостями, та інтегральний показник конкурентоспроможності продукції.

Загальний показник конкурентоспроможності має такий вигляд:

$$K_{заг} = Q_{я}/Q_{ек} , \quad (1)$$

де: $Q_{я}$ – груповий критерій конкурентоспроможності за якісними параметрами;

$Q_{ек}$ – критерій конкурентоспроможності за економічними параметрами.

Якщо загальний коефіцієнт конкурентоспроможності товару більший за одиницю, то цей товар вважають конкурентоспроможним на ринку[2].

2. Матричні методи, в основі яких лежить побудова та аналіз двовимірних матриць. Ці матриці будуються за принципом системи координат, на одній з осей якої позначають показники оцінювання стану або перспектив розвитку ринку, галузі, стратегічної зони господарювання, а на іншій – показники конкурентоспроможності відповідних їм напрямів бізнесу. Найвідомішим матричним методом є матриця Бостонської консалтингової групи, в основі якої лежить аналіз конкурентоспроможності з врахуванням життєвого циклу продукту[3].

3. Маркетинговий підхід, який передбачає врахування не лише вимог споживача до характеристик продукції, а й оцінювання сукупності чинників, які визначають ефективність усієї маркетингової діяльності підприємства загалом. До таких чинників належать оперативність системи постачання, організація сервісу та гарантійного обслуговування, репутація підприємства та інші.

4. Виробничий підхід, який базується на оцінюванні показників рентабельності продажу конкретної продукції та її ринкової частки. Згідно із цією методикою, більш конкурентоспроможним є той товар, рентабельність продажу та ринкова частка виробника якого є більшою [2].

Стосовно проблеми підвищення конкурентоспроможності, то варто відзначити, що на сучасному етапі близько 75% усіх підприємств в країнах з ринковою економікою конкурують в умовах монополістичної конкуренції, тобто із великою кількістю малих та середніх підприємств, жодне з яких не має значної частки в загальному обсязі продаж, та при відсутності лідерів, які можуть впливати на тенденції розвитку галузі.

На сьогодні існує безліч проблем підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємств, а також є їх рішення. Одним із найбільш ефективних рішень є інновації, в основі яких лежать нові ідеї та технології. Для підприємств важно чітко передбачати інноваційні можливості, управляти ними, що дозволить забезпечити його конкурентоздатність. Сучасна інноваційна політика являє собою сукупність заходів направлених на виробництво нової чи покращеної продукції.

Окрім цього конкурентоспроможність підприємств залежить від виконання наступних умов, а саме:

1. Правильного розуміння переваг зарубіжних споживачів;
2. Знання рівня конкурентоспроможності в галузі;
3. Облік особливостей каналів розподілу;
4. Гнучка система управління якістю на підприємстві;
5. Наявність кваліфікованих трудових ресурсів, відповідних міжнародному ринку праці.

На мою думку на розвиток міжнародної конкурентоспроможності найбільш вплинуло та продовжує впливати розвиток інформаційної галузі. Наявність всесвітньої інформаційної мережі значно розширює можливості підприємства та сприяє його виходу на міжнародний ринок, а також сприяє зменшенню витрат підприємств та підвищенню швидкості передачі інформації, яка є найважливішим виробничим ресурсом.

Науковий керівник – ст. викл. Левчук Ю.С.

Література

1. Економічний дискусійний клуб (edclub.com.ua)
2. Рибницький Д. О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства / Д.О. Рибницький, Т.А. Городня // Науковий вісник НЛТУ України. – Вип. 20.9 – 2010.
3. Куманецький С. А. Основні методи оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах виходу на зовнішні ринки / С. А. Куманецький // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – № 4(8). – 2009.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НОВИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Струц Є.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту МміІ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Цукерка — кондитерський виріб, виготовлений переважно із цукру або шоколаду. Це – один із основних і найпопулярніших кондитерських виробів. Але саме цукерки мають такий поширений стереотип-характеристику – вони шкідливі: викликають ожиріння, псують зуби або несуть в собі зайві барвники, смакові добавки, що шкідливо впливають на здоров'я.

Саме з цього приводу з'явилася ідея – «А що, якби цукерки стали корисними?». Давно існують різні лікувальні цукерки, але їх смак специфічний для насолоди. Так, для діабетиків, або для тих, хто бореться з ожирінням, існують кондитерські вироби виготовлені на сорбіті. А що пропонувати споживачам, які дотримуються здорового способу життя, дітям і підліткам?

Ідея виробництва корисних цукерок змусила нас провести дослідження ринку кондитерських виробів, виявити його поточний стан, а на основі анкетування скласти уявлення про перспективи розвитку цієї галузі.

Проведене маркетингове дослідження показало, що ринок кондитерських виробів має стійку тенденцію до зниження. На даний момент, не дивлячись на великий вибір кондитерських виробів, обсяги продажів кондитерської продукції постійно падають (див. рис.1).

**РОЗДІЛ 8 – ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНОЇ
ПРОМИСЛОВОСТІ**

ECONOMIC AND SOCIAL FEATURES OF DEVELOPMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES	
Krasavina A.V.	177
ECONOMIC AND SOCIAL PECULIARITIES OF THE DEVELOPMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES	
Konstantynova T.	178
ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ТА МЕХАНІЗМІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	
Волинець О. О.	180
ПРОЕКТ ДОЦІЛЬНОСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ОБЛІКУ ТА ОБРОБКИ ТЕХНІЧНОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ ДИСТАНЦІЇ СИГНАЛІЗАЦІЇ ТА ЗВ'ЯЗКУ	
Приходько А.В.	181
ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ	
Осіпова А.В.	182
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ПОНЯТТЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ	
Бамбуляк І.М.	184
ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ТА ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
Серікова К.М.	187
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НОВИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ	
Струц Є.М.	189
КОНТРАБАНДА ТВАРИН В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	
Фасоля А.С.	191
СТАН РИНКУ СПОРТИВНОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ І ЗА КОРДОНОМ	
Бузіян В.І.	193
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ І КОНТРОЛЮ РУХУ МАТЕРІАЛЬНИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Маленко В.В.	195
ПЕРСПЕКИВИ РЕБРЕНДИНГУ У ВИНОРОБНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
Ільїн О.О., Батраков О.О.	197
ХАРАКТЕР ТОРГІВЛІ АГРОПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ СНД: СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА	
Курдоглова М.П.	199

Наукове видання

**Збірник наукових праць
молодих учених, аспірантів
та студентів**

Том 1

Головний редактор, д-р техн. наук, проф. Б.В. Єгоров
Заст. головного редактора, канд. техн. наук, доц. Н.М. Поварова
Відповідальний редактор, д-р техн. наук, проф. Г.М. Станкевич
Технічні редактори А.В. Коваль, Т.Л. Дьяченко

Ум. друк. арк. 27,9.