**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

ЗБІРНИК
НАУКОВИХ ПРАЦЬ
МОЛОДИХ УЧЕНИХ, АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ

**ОДЕСА
2016**

НТБ ОНАХТ

ББК 36.81 + 36.82
УДК 663 / 664

Головний редактор, д-р техн. наук, проф. Б.В. Єгоров
Заступник головного редактора, д-р техн. наук, проф. Л.В. Капрельянц
Заступник головного редактора, канд. техн. наук, доцент. Н.М. Поварова
Відповідальний редактор, д-р техн. наук, проф. 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, О.К. Гладушняк, К.Г. Іоргачова, Л.В. Капрельяц, 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
доктори наук: О.О. Коваленко, Г.В. Крусір, Д.О. Жигунов

НТБ ОНАХТ

Одеська національна академія харчових технологій
Збірник наукових праць молодих учених, аспірантів та студентів
Міністерство освіти і науки України. – Одеса: 2016. – 408 с.

Збірник опубліковано за рішенням вченої ради від 01.07.2016 р., протокол № 12
За достовірність інформації відповідає автор публікації

ISBN 966-571-063-х
© Одеська національна академія харчових технологій, 2016

РОЗДІЛ 8

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

НТБ ОНАХТ

Таким чином, реформування системи бухгалтерського обліку та перехід підприємств України до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку призвело до введення в дію Н(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» та Н(С)БО 2 «Консолідована фінансова звітність» та, як наслідок, до структурних змін у формах фінансової звітності підприємства, що в свою чергу призвело до необхідності удосконалення підходу щодо розрахунку показників ліквідності підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Ступницька Т.М.

Література

1. Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації від 26.01.2001 № 49/121 [Електронний ресурс] –]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01
2. Донцова Н.В. Аналіз фінансової звітності / Н.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – М.: Справа і Сервіс, 2003. – 196 с.
3. Антонюк О.П. Економічний аналіз (практикум): [навч. посібник.] / Антонюк О.П., Ступницька Т.М., Купріна Н.М. – Львів: Магнолія 2006, 2015. – 312 с.
4. Ступницька Т.М. Фінансовий аналіз з огляду на ймовірність банкрутства підприємства / Т.М. Ступницька // Проблеми фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності в умовах інтеграції України в світову економіку: [монографія] / [В.В. Немченко, Л.В. Іванченкрова, Г.О. Ткачук та ін.]; за заг. ред. д-р. екон. наук, проф. В.В. Немченко. – Одеса: Фенікс, 2014. – С. 105-112.

ОБОСНОВАНИЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ НА ЧАО «ОДЕССАВИНПРОМ»

Мильчева В.В., студентка V курса факультета ММиЛ
Одесская национальная академия пищевых технологий г. Одесса

Даная статья посвящена предприятию со столетней историей существования и славными традициями виноделия, а именно ЧАО «Одессавинпром».

Сегодня, в условиях политического и экономического кризиса в стране особенно сложно выживать предприятиям винодельческой отрасли, которые производят значительные финансовые вливания в бюджет государства в виде акциза, НДС, налога на прибыль, но при этом не имеют никакой поддержки с его стороны.

Более того, данные предприятия не вольны даже в вопросах продвижения своей продукции на рынок, так как большинство рекламных методов воздействия на потребителей запрещены и рассматриваются как «спонукання до споживання», вместо того, чтобы говорить о пропаганде культуры пития [1].

Образно говоря, в настоящее время государство душит «курицу, которая несет золотые яйца».

Решением в данной ситуации может стать грамотное формирование товарной политики, которое позволит предложить покупателям ту продукцию, которую они ожидают. Этим определяется актуальность выбранной темы [2].

Сегодняшнее состояние рынка вина в Украине можно считать тяжелым. Влияние политической и экономической ситуаций ставит под угрозу бизнес, который развивался годами. На украинском рынке виноделия производство сокращается катастрофи-

чески быстро [1]. Из основних причин падения производства и потребления вина в Украине можно назвать следующие:

— снижение покупательской способности украинского населения, особенно в низком и среднем ценовых сегментах;

— рост импорта вина;

— аннексия Крыма.

Все эти факторы негативно влияют на рынок и момент, когда он снова станет растущим пока неизвестен. Следует ожидать, что в ближайшие три года роста не будет.

Далее рассмотрим деятельность конкретного предприятия на рынке, а именно ЧАО «Одесавинпром». Данное предприятие, больше известное как ТМ «Французский бульвар» представляет собой самое старое в Украине винодельческое предприятие, основанное в 1857 году в г. Одессе. Компания специализируется на выпуске тихих вин, игристых вин и бренди [3].

За всю свою историю существования, в каком бы кризисном состоянии не оказывалось предприятие, оно способно пожертвовать чем угодно, кроме качества производимой продукции. Именно так определяется миссия ЧАО «Одессавинпром», которая сформулирована как производство высококачественной продукции для удовлетворения потребностей покупателей.

После проведения портфельного анализа трех стратегических зон хозяйствования с помощью матрицы БКГ, были получены следующие результаты: наиболее перспективной зоной хозяйствования, «звездой» предприятия являются тихие вина, которые набирают оборотов благодаря растущим темпам роста и большой относительной доле, которую занимает данная продукция на рынке. Это обстоятельство позволило сделать взвод о необходимости направить усилия ЧАО «Одессавинпром» на развитие стратегической зоны тихих вин, расширить их ассортимент путем внедрения нових натуральных высококачественных видов вина.

Для подтверждения правильности выбранного пути дальнейшего развития предприятия дополнительно была использована матрица И. Ансоффа. Ее сущность состоит в выборе одной из четырех базовых стратегий достижения целей стратегического развития компании на рынке.

Изначально оценили возможность использования предприятием каждой из стратегий и пришли к выводу, что для успешной деятельности предприятию нужно выбрать стратегию развития товара, которая предусматривает реализацию новых товаров на существующем рынке существующим потребителям. Потребители уже знакомы с брендом и основным товаром компании. Основной источник дохода – расширение товарных линий.

Ссылаясь на проведенный анализ, для усовершенствования товарной политики ЧАО «Одессавинпром» было предложено расширить ассортимент линейки элитных вин торговой марки «Вина Гулиевых» путем внедрения двух новых видов продукции.

Одним из видов вина, которое вошло в эту линейку, стало авторское сухое белое вино «Совиньон» изготовленное из винограда сорта Совиньон Блан, относящееся к группе вин Селект. Срок выдержки – от 3 до 6 месяцев.

Второй вид вина – авторское розовое сухое вино Траминер, которое относится к группе Ресерв. Срок выдержки от 6 до 15 месяцев. Это розовое сухое вино уникально для Украины за счет своего цвета и редких особенностей виноградной ягоды.

ЧАО «Одессавинпром» должно позиционировать свою продукцию, как натуральные сортовые высококачественные алкогольные напитки, которые не только при-

носят удовольствие от употребления, а и в умеренных количествах положительно влияют на здоровье человека.

Рекомендуемая цена для Совиньона составляет 50-70 грн, а для Траминера – 120-150 грн за бутылку объемом 0,7 л. Разница в цене связана с разным сроком выдержки, который приводит к увеличению затрат.

Каналы сбыта: свой фирменный магазин, который находится на территории завода; дистрибьюторы, дилеры, супермаркеты, винные магазины, а также торговый дом «Винфорте», с которым предприятие сотрудничает много лет.

Также не нужно забывать о рекламной кампании. Ее основная цель – проинформировать потребителей о товарах, которые скоро появятся на прилавках магазинов, и убедить купить их. Для продвижения новых видов вина Совиньон Селект и Траминер Ресерв с учетом ограничений на рекламу алкогольных напитков, предлагается заключить договора с 50 торговыми точками на право пользования промо-местами. В каждом магазине рекомендуется разместить по два рекламных плаката.

При помощи расчета эффективности предлагаемых мероприятий определили, что благодаря внедрению новых видов продукции ЧАО «Одессавинпром» получит дополнительный чистый доход в размере 5328,44 тис. грн или увеличится на 2,8 %. Прибыль возрастет на 1905,61 тис. грн, что составит 26 %. Это значительно улучшит финансовое положение предприятия в винодельческой отрасли и страны в целом.

Подводя итог, можно отметить, что маркетинговая деятельность в современном мире становится не только главной функцией управления предприятием, но и залогом его успешного развития.

Научный руководитель – старш. преподаватель Голодонюк О.М.

Литература

1. Обзор рынка вина Украины [Электронный ресурс] // Инвестиционный портал – Режим доступа: http://inventure.com/obzor_rynka_vina_ukrainy
2. Виноградська А. М. Комерційна діяльність торговельного підприємства: Навч. посіб. / А. М. Виноградська. – К.: Київ. Нац. Торг.-екон. ун-т, 2005. – 278 с.
3. Официальный сайт ЧАО «Одессавинпром» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://2674.ua.all.biz/

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Нікітчук К.М., студентка V курсу ОКР «Магістр» економічного факультету
Одеський державний аграрний університет, м. Одеса

Розрахунки між суб'єктами господарювання є важливою ланкою розширеного відтворення, від якого залежить не тільки кінцеві результати підприємств, їх фінансовий стан, а й економічне зростання країни в цілому.

Через різницю у часі між моментами постачання та сплати за рахунками у підприємства виникає поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи та послуги. Даний вид зобов'язань є тимчасово вільними обіговими коштами та здійснює суттєвий вплив на фінансову стійкість та платоспроможність суб'єкта господарювання. Тобто, необхідність удосконалення правильного відображення в обліку операцій з обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками, підвищення значення своєчасної та дос-

НЕЙМІНГ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ, ЯК ПЕРШИЙ КРОК ДО УСПІХУ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА
Галкін О.В. 341

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИНОРОБСТВА УКРАЇНИ В АСПЕКТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ
Годовенко Н. 343

АНАЛІЗ РУХУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ
Гулавська К.І. 345

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТОЇ ПРОДУКЦІЇ ХАРЧУВАННЯ
Дубовик М. Р. 347

ОБЛІК НА ПІДПРИЄМСТВАХ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ
Жиговська А.В. 349

АНАЛІЗ ЗМІН ПОДАТКОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ В 2016 РОЦІ
Жиговська А.В. 350

ВНУТРІШНІЙ АУДИТ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ПІДПРИЄМСТВА
Жидкова К.М. 352

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРВИННОГО ОБЛІКУ ГОТІВКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ
Кустурова С.П. 354

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РОЗРОБОК ННЦ ІВіВ ім. В.Є. ТАЇРОВА У ВИРОБНИЦТВО
Лосін В.Д. 356

ОПОДАТКУВАННЯ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КРАЇНИ
Левковська Т.В. 358

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ
Лук'янов А.С. 360

ВПЛИВ ЗМІН У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ЙОГО ЛІКВІДНОСТІ
Мартиновська О.С. 361

ОБОСНОВАНИЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ НА ЧАО «ОДЕССАВИНПРОМ»
Мильчева В.В. 363

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ
Нікітчук К.М. 365

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ
Панова Ю.О. 366

НТБ ОНАХТ

Наукове видання

Збірник наукових праць молодих учених, аспірантів та студентів

Головний редактор, д-р техн. наук. Б.В.Єгоров
Заст. головного редактора, д-р техн. наук. Л.В.Капрельянц
Заст. головного редактора, канд. техн. наук Н.М. Поварова
Відповідальний редактор, д-р техн. наук. Г.М. Станкевич

НТБ ОНАХТ

Підписано до друку 2016 р. Формат 60×84/8. Папір офсетний.
Ум. друк. арк. 47,4. Тираж 30 прим. Замовлення