

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

**80 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ВИКЛАДАЧІВ АКАДЕМІЇ**

Одеса 2020

Наукове видання

Збірник тез доповідей 80 наукової конференції викладачів академії
7 – 8 травня 2020 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 № 15 від 05.05.2020 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
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
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

туристичних підприємств заважає комплекс проблем: неналагодженість співробітництва «центр – регіон – субрегіон»; недостатній обсяг інвестування; низький показник рентабельності турпослуг; неналежний рівень якості послуг; відсутність сертифікатів на послуги розміщення; сезонність діяльності підприємств індустрії туризму та гостинності; нерозвиненість мережі альтернативних засобів розміщення економічного класу; брак коштів на проведення маркетингових досліджень.

Таким чином, саме впровадження стратегії диверсифікації діяльності туристичного підприємства має наступні переваги: зменшення ризиків бізнесу, пом'якшення наслідків економічних криз, вирівнювання грошових потоків, зниження витрат, обмін технологіями, посилення конкурентних позицій, поліпшення фінансових результатів підприємства, зниження залежності від кон'юнктури туристичного ринку. Для підприємств туристичного бізнесу це є однією з найбільш вигідних з економічної точки зору стратегій, проте процес диверсифікації саме на туристичному підприємстві має свої особливості, у порівнянні з іншими підприємствами, які виникають з специфічних рис туристичного продукту. І саме диверсифікація може допомогти уникнути серйозного впливу на економіку туристичного підприємства таких чинників, як сезонність, велика залежність від політичних, економічних та соціальних факторів, а також багатозначного впливу людського фактору на якість споживання туристичного продукту.

Література

1. Kotler Ph.T. Marketing for Hospitality and Tourism / Ph.T. Kotler, Jh.T. Bowen, J. Makens, S. Baloglu [7th edition]. – Pearson, 2016. – 688 с.
2. Ангелко І. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні / І. Ангелко // Український соціум. – 2017. – № 2(49). – С. 71-79.
3. Онисько М.Б. Міжнародний туризм: світові тенденції та українські реалії / М.Б. Онисько [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sd.net.ua/2012/05/24/turizm-ukraine-mir.html>

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

**Ніколюк О.В., д.е.н., професор, Левчук Ю.С., старший викладач
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Враховуючи те, що ринкові відносини в Україні характеризуються появою підприємств різних форм власності, наданням практично кожному економічному суб'єкту права виходу на світовий рівень, діяльність кожного підприємства цілком і повністю пов'язана з динамічним розвитком як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, різким підвищенням рівня невизначеності, постійним збільшенням ризиків реалізації продукції.

Успіх роботи підприємства при цьому пов'язаний не тільки з вдосконаленням внутрігосподарського механізму забезпечення конкурентоспроможності, але головним чином з тим, як воно зуміє пристосуватись до конкретного середовища, що постійно змінюється.

Формування ринкових відносин в Україні вимагає вивчення теоретичних передумов у питаннях забезпечення конкурентоспроможністю підприємств і методичних підходів до її оцінки. Необхідно зазначити, що в країнах розвинутого агробізнесу продовольчий ринок знаходиться під постійною увагою вчених, маркетологів і практиків. Для цього ринку характерна наявність конкурентної боротьби різного характеру й інтенсивності.

На основі вивчення та узагальнення літературних джерел визначено, що конкуренція є цивілізованою, легалізованою формою боротьби за існування і одним з найдієвіших механізмів відбору і регулювання у ринковій економіці. Вона – основний рушійний елемент ринку, який розвивається за законами попиту і пропозиції та служить кращому забезпеченню

ринку товарами, а також важлива рушійна сила розвитку економічної системи, складова її господарського механізму та об'єктивний економічний закон розвинутого товарного виробництва [1].

Конкурентоспроможність виробництва підприємства характеризується сукупністю показників функціонування галузей і діяльності виробничих структур, що визначають їхній стабільний розвиток і успіх у конкурентній боротьбі на внутрішньому та зовнішньому ринках і оцінюється рівнем конкурентоспроможності окремих його підприємств і їх продукцією.

З конкуренцією нерозривно пов'язана конкурентоспроможність товару, підприємства, галузі, національної економіки. Важливим показником конкурентоспроможності будь-якого рівня є наявність конкурентних переваг, тобто чинників, які відсутні або менше виражені в інших товаровиробників. Зазначимо, що чинники, які формують конкурентні переваги підприємства на ринку змінюють свій вплив на забезпечення конкурентоспроможності виробника на ринку залежно від стану середовища його діяльності. Однією з основних проблем розвитку консервної галузі нині є те, що в умовах недосконалості ринкових відносин, дефіциту економічної інформації про діяльність суб'єктів господарювання відсутній інструмент для характеристики рівня конкурентоспроможності підприємств. Саме ця обставина вимагає вивчення характеристик та оцінки їхнього впливу на загальний рівень конкурентоспроможності підприємств на ринку.

Конкурентоспроможність підприємства в традиційному розумінні – здатність підприємства змагатися з іншим підприємствами аналогічного профілю. Проте конкурентоспроможність – явище неоднозначне. Підприємство може, наприклад, мати кращі організовані канали збуту, але випускати менш якісну продукцію або при високому попиті на його продукцію не мати резервів виробничої потужності. Таким чином, взаємодія багатьох чинників визначає здатність підприємства конкурувати з іншими економічними суб'єктами. Тому можна судити про рівень конкурентоспроможності по силі прояву того або іншого чинника, що відображується у формі конкурентних переваг [2].

Зазвичай конкурентоспроможність підприємства розглядається по відношенню до можливості конкурувати в продажах тій або іншій продукції. Однак сучасному промисловому підприємству доводиться конкурувати і за ресурси, обсяги яких обмежені. Відповідно кращі ресурси дістануться тому з підприємств, яке має досконаліші методи роботи з постачальниками (капіталу, сировини і матеріалів, персоналу, технологій і тому подібне). Найголовнішим показником тут може стати наявність грошових коштів для закупівлі ресурсів в необхідному обсязі, оскільки, швидше за все, коли попит перевищує пропозицію, постачальник зажадає аванс або стовідсоткову передплату. Також необхідно відзначати, що конкуренція може проявлятися між окремими видами економічної діяльності, оскільки для бізнесу часто неважливий напрям інвестування - значення має віддача від інвестицій.

Конкурентоспроможність підприємства визначається рівнем конкурентоспроможності тієї продукції, яку воно випускає. Необхідно виділяти продукцію, яка приносить найбільшу вигоду підприємству навіть при невеликій її питомій вазі в галузевому об'ємі продажів, вимірювану показниками ефекту і ефективності – прибутком і рентабельністю.

Ситуація на сучасних ринках така, що просування кожної додаткової одиниці будь-якого виду продукції утруднено і зв'язано з додатковими витратами, оскільки рівень конкуренції на них, як правило високий. Тому виникає завдання визначення такого поєднання обсягів продажів, при якому показники ефекту і ефективності набувають максимального значення. Якщо відсутні обмеження по ресурсах, то зростання цих показників можливе за рахунок збільшення обсягу продажів в натуральному вираженні або цін, або за рахунок економії змінних і постійних витрат. Збільшувати продажі доцільно в порядку зменшення маржинального доходу. Якщо ж збільшення продажів і цін неможливо в умовах високої конкуренції, то аби підвищити конкурентоспроможність підприємства, необхідно економити змінні і постійні витрати, хоча економія може також зажадати додаткових витрат, для покриття яких необхідно збільшувати обсяг реалізації продукції [3].

Підприємство, що перевищило критичний обсяг реалізації і що покрити свої постійні витрати, може по деяких výroбах, що входять до складу номенклатури, понизити ціни. Тоді вигравш буде отриманий за рахунок збільшення обсягу продажів в натуральному виразі за наявності резерву виробничої потужності.

Дефіцит матеріально-енергетичних ресурсів і персоналу відповідного професійно-кваліфікаційного рівня, обмежена ємкість ринків збуту передбачають постановку і рішення задачі оптимізації структури випуску в системі оперативного планування, що дозволяє відстежувати в часі зміну конкурентоспроможності підприємства і управляти зміною її рівня. Отже, для підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно розробляти і впроваджувати комплексну систему заходів, спрямованих на забезпечення якості продукції та послуг.

Література

1. Коваленко В.О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / В.О.Коваленко // Економіка підприємства. – 2013. – № 2. – С. 15-18.
2. Ніколюк О.В. Стратегічні орієнтири державної політики підтримки конкурентоспроможності малого бізнесу в Україні. Інвестиції: практика та досвід. – 2020. – № 1. – С. 114-120. DOI: [10.32702/2306-6814.2020.1.114](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2020.1.114)
3. Семенчук І.М., Мала К.Ю. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості. Агросвіт. – 2019. – № 4. – С. 56-61. DOI: [10.32702/2306-6792.2019.4.56](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.4.56)

СЕКЦІЯ «ОБЛІК ТА АУДИТ»

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ НА ЕКОЛОГІЧНІ ІНВЕСТИЦІЇ, ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ЕКОНОМІКИ

**Немченко В.В., д.е.н., професор, Румянцев І.В. аспірант кафедри обліку та аудиту
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Проблема інвестицій в екологію є досить актуальною в наш час. Особливо, необхідно зосередити увагу на розвитку інфраструктури екологічних інвестицій. Так, відомо, що інвестування – це не лише отримання фінансових дивідендів, а і вплив на соціальну сторону, у тому числі, і екосистему. Безумовно, що в пріоритеті навіть для найвідповідальнішого бізнесу є прибуток. Але щоб отримати кошти від інвесторів, бізнес буде змушений провести аналіз соціально-економічного впливу його діяльності. Особливо це стосується великих підприємств, адже вони зазвичай є не лише важливою складовою економіки країни, а й відіграють особливу роль у розвитку певного регіону, оскільки їхня діяльність має не тільки прямий ефект, а й непрямий та опосередкований вплив на нього.

За допомогою комплексної оцінки природних факторів та фінансових спроможностей регіону можна поєднати економічний розвиток зі збереженням природних ресурсів. Українські громади вже також усвідомили привабливість цього напрямку. Наприклад, громада в Київській області поєднала збереження природного багатства і відкрила умови для залучення інвесторів до економічного зростання території громади, а саме створено рекреаційну інфраструктуру навколо водойм. Проаналізувавши потенціал місцевості, дійшли висновку, що розбудова рекреаційної інфраструктури дозволить не лише зберегти довкілля, а

АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ СИРОКОПЧЕНИХ І СИРОВ'ЯЛЕНИХ М'ЯСОПРОДУКТІВ	
Агунова Л.В., Мардар М.Р., Шлапак О.В.	350
ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК КАВИ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ	
Голубьонкова О.О., Брайко М.Г., Чирка В.В.	351
ТАРГЕТИНГОВА РЕКЛАМА, ЯК СПОСІБ ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	
Значек Р.Р., Бахчиванжи Л.А., Євтушок О.В.	353
SOCIAL MEDIA MARKETING, ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ БІЗНЕСОМ	
Значек Р.Р., Ковалів І.О.	354
РОЗРОБКА SMM-СТРАТЕГІЇ ПРИ ПРОСУВАННІ ТОВАРУ	
Лозовська Г.М.	356
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ	
Мунтян І.В.	358
ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ	
Черевата Т.М.	360
ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	
Соколюк К.Ю., Долинська О.О.	361
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В АГРАНОМУ СЕКТОРІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	
Соколюк К.Ю.	363
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА ТВЕРДОГО БІОПАЛИВА В УКРАЇНІ	
Донець Л.Я., Долинська О.О.	365

СЕКЦІЯ «МЕНЕДЖМЕНТ І ЛОГІСТИКА»

ПІДХОДИ ЩОДО СКОРОЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧИХ ВТРАТ ТА ХАРЧОВИХ ВІДХОДІВ В КОНТЕКСТІ СТІЙКИХ ПРОДОВОЛЬЧИХ СИСТЕМ	
Седікова І.О.	367
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНОЇ ТА ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
Агєєва І.М., Коренман Є.М.	368
ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	
Агєєва І.М., Коренман Є.М., Мірковець Ю.О.	370
АНАЛІЗ ФАКТОРІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ	
Відоменко І.О., Гордієнко Л.Л.	373
СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ	
Корсікова Н.М.	375
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Каламан О.Б.	377
ОСОБЛИВОСТІ ЧИННИКІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ТРУДОВУ АДАПТАЦІЮ ПЕРСОНАЛУ	
Козак К.Б.	380
ПРИНЦИПИ ДОБРОВІЛЬНОГО ОБ'ЄДНАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	
Дьяченко Ю.В.	381
ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА, ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	
Коренман Є.М.	383
ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ	
Агєєва І.М., Дьяченко Ю.В.	385
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	
Ніколюк О.В., Левчук Ю.С.	388

СЕКЦІЯ «ОБЛІК І АУДИТ»

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ НА ЕКОЛОГІЧНІ ІНВЕСТИЦІЇ, ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ЕКОНОМІКИ	
Немченко В.В., Румянцев І.В.	390
АНАЛІЗ ДІЇ ЗВТ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КРАЇНАМИ ЄС АГРОПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ	
Антонюк П.О., Антонюк О.П., Головаченко Л.М.	392
МОНІТОРИНГ І КОНТРОЛЬ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВOSTІ	
Іванченкова Л.В.	393