

**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

його стійкості в умовах коливання економічної кон'юнктури; 3) концентрація інвестиційних ресурсів на пріоритетних напрямках виробництва і перспективних НДОКР.

Для організації неформальних ВПК (побудованих на договірних відносинах між учасниками) інноваційно-інвестиційна політика може полягати в участі в розробці і впровадженні інвестиційного проекту одного учасника зацікавлених контрагентів на взаємовигідних умовах. Цей варіант фінансування підприємства-постачальника найбільш ймовірний, коли воно стримує підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства-споживача.

Процес територіальної інтеграції підприємств харчової промисловості повинен відбуватися під особливим контролем як регіональних, так і місцевих органів влади. З цією метою необхідна розробка і реалізація механізму державної підтримки процесу формування нових організаційних структур, що забезпечують розвиток інноваційного потенціалу територій, у тому числі різних асоціацій підприємств. Високий ступінь ефективності в цілому по галузі може бути досягнутий на основі розвитку різних форм кооперування й організації науково-технічної і виробничої сфер у відповідності зі сформованою ситуацією для окремих регіонів.

### **Література**

1. Корсікова Н.Н. Научно-технологическое развитие промышленного производства / Корсікова Н.Н. – О.: видавництво «Астропринт», 2005. – 66 с.
2. Корсікова Н.М. Організаційно-економічний механізм управління інноваційним розвитком в сучасних умовах / Н.М. Корсікова // Економіка харчової промисловості. 2009. – № 3. – С. 8-10.
3. Захарченко В.І. Основи формування науково-технологічної політики України в умовах трансформації економіки / В.І. Захарченко, Н.М. Корсікова // Менеджмент: Збірник наукових праць. – К.: – 2007. – Вип. 7. – С. 75-85.

## **РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ЗАГАЛЬНОМУ МЕХАНІЗМІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ**

**Козак К.Б., канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту і логістики  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Комунікації – невід'ємна частина загального механізму управління сучасним підприємством будь якої сфери діяльності. Комунікації є елементами процесу комунікаційного менеджменту та об'єднання підприємств, департаментів, підрозділів, працівників. Недбало налагоджені комунікації сприяють втратам часу на прийняття рішень, породжують виникнення непорозумінь та конфліктів, що впливає на ефективність і вмотивованість. Підприємство, за таких умов, не зможе ефективно реагувати на внутрішні та зовнішні зміни, що у перспективі призведе до неефективного управління та як наслідок втрати працівників і навіть банкрутства. Встановлено, що ефективна робота менеджерів всіх рівнів сучасного підприємства залежить як від вміння працювати з людьми (колегами, клієнтами, партнерами), так і від вміння керувати інформаційними потоками, як внутрішніми, так і зовнішніми. Так, основною вимогою щодо прийняття ефективного управлінського рішення є наявність перевіреної об'єктивної інформації. Всім відомо, що одним із засобів передачі такої інформації є саме комунікації, завдяки яким, у тому числі, зав'язуються нові стосунки, починаються нові проекти, налагоджується або навпаки погіршується клімат у колективі та ін.

Оскільки передача інформації відбувається за рахунок, у тому числі і комунікацій, тоді можливо комунікацію розглядати як багатогранний процес обміну інформацією та змістовим контекстом між двома або більше людьми. Робота менеджера передбачає, що

приблизно 60-90 % свого робочого часу він проводить саме у спілкуванні (комунікаційному процесі), вирішуючи різні задачі. Отже, комунікаційний процес – це процес обміну інформацією між працівниками чи підприємствами, з метою розв'язання виникаючих проблем та вирішення поставлених задач, чим він ефективніше, тим конкурентоспроможніше підприємство.

В науковій літературі проблеми комунікації досліджувались в рамках історії, психології та соціології. В менеджменті висвітленню теоретичних та методичних засад комунікації присвячені праці Бебика В.М. [1], Жигалова В.Г. [2], Зверинцева А.Б. [3], Орлової Т.М. [4]. Шпак Н.О. [6] здійснив спробу практичного вкладу у систематизацію положень комунікаційного менеджменту на промислових підприємствах. Проте, практичні аспекти комунікаційного менеджменту підприємства, зокрема ті, що стосуються інструментів і стратегій, залишаються недостатньо розвиненими.

Всі комунікації підприємства можна поділити на дві великі групи: зовнішні (між підприємством і її середовищем) і внутрішні (між рівнями управління і підрозділами). Використання комунікацій в умовах ринкової економіки, як інструменту впливу на внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства є одним із інструментів удосконалення механізму управління підприємством щодо забезпечення його ефективного функціонування. Загально визнано, що комунікації мають величезне значення для успіху підприємств, опитування показали, що 73 % американських, 63 % англійських, і 85 % японських керівників вважають комунікації головною перешкодою на шляху досягнення ефективності їх організаціям. Згідно ще одному опитуванню приблизно 250000 працівників із двох тисяч самих різних компаній, обмін інформацією представляє одну із самих складних проблем в організаціях. Ці опитування показують, що неефективні комунікації – одна з головних сфер виникнення проблем [8].

Отже, нестабільний економічний стан, в якому сьогодні працюють вітчизняні підприємства, особливо гостро поставив потребу щодо удосконалення управління комунікаціями підприємства, оскільки ефективні комунікації на практиці є необхідною умовою досягнення цілей, що стоять перед підприємством. Внаслідок недосконалого механізму комунікаційного менеджменту на підприємстві суттєво знижується ефективність управління та в цілому діяльність, що в свою чергу може впливати на перспективи виходу підприємства з кризи. Наразі це питання є актуальним на всіх рівнях управління. В той же час, зрозумілим є те, що на зміну командній економіці прийшла економіка переговорів, але комунікаційний менеджмент та його роль у діяльності сучасного підприємства являє собою одне з дискусійних питань в сфері теорії і практики менеджменту, стосовно яких конкретики на даний час не досягнуто.

### **Література**

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз [Текст]: монографія / В.М. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
2. Жигалов В.Т. Основи менеджменту і управлінської діяльності [Текст] / В.Т. Жигалов, Л.М. Шимановська. – К.: Вища школа, 1994. – 223 с.
3. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR [Текст] / А.Б. Зверинцев. – СПб.: СОЮЗ, 1997. – 357 с.
4. Орлова Т.М. Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами [Текст] / Т.М. Орлова. – М.: Изд-во РАГС, 2002. – 394 с.
5. Основы менеджмента. Учебное пособие [Электронный ресурс] / М.В. Цыпленкова, И.В. Моисеенко, Н.В. Гуремина, Ю.А. Бондарь. – Режим доступа: <http://www.rae.ru/monographs/211>.
6. Шпак Н.О. Основи комунікаційного менеджменту промислових підприємств [Текст]: монографія / Н.О. Шпак. – Л.: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 328 с.

7. Козак, К.Б., and Г.Ф. Маркова. Дослідження проблем управління персоналом в готельно-ресторанній галузі. Журнал Економіка харчової промисловості. – 2015, – № 4 – С. 45-51.

8. Ефективне управління комунікаціями та інформацією на підприємстві як складова їх успішного функціонування на зовнішньому ринку [Електронний ресурс] / Горбова Олена Львівський національний університет ім. Івана Франка. – Режим доступу: <http://viem.edu.ua/ефективне-управління-комунікаціями/>

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СФЕРИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ**

**Дроздова В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і логістики  
Одеська національна академія харчових технологій**

Розгляду питання конкуренції та підвищення конкурентоспроможності присвячено багато праць вчених та практиків [1-7]. Відповідь на ці питання під час тривалої економічної кризи, що відбувається зараз, дає змогу підприємствам отримати шанс на виживання.

Конкуренцію можливо поділити на наступні види:

1. Досконала чи недосконала.
2. Внутрішньогалузева та міжгалузева.
3. Від характеру товару та його використання:
  - предметна;
  - видова;
  - функціональна.
4. За механізмом боротьби за споживача:
  - цінова;
  - нецінова.

Конкурентоспроможність на думку М. Портера є здатністю підприємств одного ринку, бути на одному рівні з іншими підприємствами цього ринку [1]. Таке твердження на наш погляд не є актуальним, зокрема у сфері готельно-ресторанних послуг.

Обрання готелю чи ресторану відбувається завдяки цілому переліку критеріїв, що кожен з клієнтів формує для себе за різними пріоритетами. Більшість критеріїв є стандартними: вартість, якість, місце розташування. Також, можливість користування платіжними системами для розрахунку, віддаленість від центру міста, гарна транспортна розв'язка, додаткові послуги, система знижок, тощо.

Таким чином обрання готелю та ресторану відбувається не за принципом того, що заклад одного рівня з іншими, а навпаки – він відрізняється від інших за деякими суттєвими для відвідувача критеріями. Наприклад, для одних туристів важлива тільки ціна, тому можливо підійде проживання у хостелі на околиці міста, а інші навпаки розглядають готелі у центрі міста якнайближче до історичної частини (для туристів) або до місця роботи (для тих хто у відрядженні).

Готельно-ресторанна галузь зараз переживає не найкращі часи. Це обумовлено тим, що якщо користування послугами готелів під час подорожування, зокрема відрядження, є необхідністю, то відвідування ресторанів вже можливо ототожнювати з «розкішним» життям, яке для більшості населення є недосяжним.

Одним з механізмів, що здатен реанімувати обсяг відвідувань готелів та ресторанів є збільшення кількості туристів. Військові дії всередині країни істотно зменшили кількість іноземних туристів, зменшення реальних доходів населення зробило закордонні поїздки недосяжними для українців, водночас неможливість користування рекреаційними комплексами Криму змусила тих хто відпочивав на морі шукати альтернативні місця для відпочинку.

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

### СЕКЦІЯ «МЕНЕДЖМЕНТ І ЛОГІСТИКА»

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

### СЕКЦІЯ «ОБЛІК І АУДИТ»

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