

НАУКА БЕЗ КОРДОНІВ
МІЖНАРОДНІ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

*V Міжнародна науково-практична
інтернет-конференція*

**«НАУКА У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ
ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ»**

Тези доповідей

Частина 2

30 березня 2018 р.



Дніпро
2018

УДК 0.82

ББК 94.3

Наука у контексті сучасних глобалізаційних процесів: V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція: тези доповідей, Дніпро, 30 березня 2018 р. – Ч. 2. – Дніпро: НБК, 2018 – 80 с.

У збірнику містяться матеріали, подані на V міжнародну науково-практичну інтернет-конференцію «Наука у контексті сучасних глобалізаційних процесів». Для науковців, аспірантів, здобувачів, викладачів та студентів вітчизняних та зарубіжних вищих навчальних закладів та науково-дослідних установ.

Оргкомітет інтернет-конференції не несе відповідальності за матеріали опубліковані в збірнику. У збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Всі матеріали надані в авторській редакції та виражають персональну позицію учасника конференції. Повну відповідальність за достовірну інформацію несуть учасники, їх наукові керівники та рецензенти.

Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерела є обов'язковим.

ЗМІСТ

ЮРИДИЧНІ НАУКИ

Віцінгловська І. П. Особливості громадянського суспільства в Україні.....	5
Воробей А. М., Галицький О. В. Нотаріальне діловодство: особливо сті документування та документообігу.....	10

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Булах І. І., Шиманська О. В. Управлінський аспект інноваційного розвитку соціально-економічних систем.....	15
Голодонюк О. М., Мільчева В. В. Стратегія диверсифікації виноробного виробництва з метою створення інноваційного продукту зі вторинної сировини.....	20
Наумова М. А. Основні принципи міжнародних стандартів в області статистики праці.....	25
Ребедюк Н. О. Методи мотивації персоналу на сучасних підприємствах.....	31
Сарбаш Л. Д., Турчин С. С. Сутність і необхідність аналізу фінансового стану підприємства.....	37

ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ

Анастасова Н. М. Соціально-емоційний розвиток дітей дошкільного віку з тяжкими порушеннями артикуляційного апарату: аналіз програмових документів.....	45
Артюх Л. В. Важливість підбору задач з математики для учнів професійно-технічних навчальних закладів будівельного профілю....	50

сферы Е. Д. Коршунова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. – № 2. – С. 34-39.

5. Нельсон Р. Эволюционная теория экономических изменений / Р. Нельсон, С. Уинтер. – М. : Финстатинформ, 2000. – 474 с.

СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИНОРОБНОГО ВИРОБНИЦТВА З МЕТОЮ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ ЗІ ВТОРИННОЇ СИРОВИНИ

Голодонюк О. М.,

старший викладач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Одеська національна академія харчових технологій

м. Одеса, Україна

Мільчева В. В.,

здобувач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Одеська національна академія харчових технологій

м. Одеса, Україна

Виноградарство – це апріорі дуже важка та витратна справа, яка вимагає багато часу та зусиль. Тому, без лояльних державних програм підтримки досягти успіху виноградарству та виноробству як повноцінній галузі неможливо.

Виноробні підприємства усі зусилля покладають на те, щоб вижити, намагаються всіма можливими засобами зменшити собівартість продукції для зниження ціни та отримання додаткових конкурентних переваг. Але жоден із українських виробників не замислюється над можливістю переробки вторинної сировини виноробства (виноградних

гребенів, кісточок та вичавок), що дозволить забезпечити комплексну переробку сировини, зекономити кошти та розширити асортимент продукції, що пропонується споживачеві, створивши нову стратегічну зону господарювання.

Нажаль, через відсутність досвіду, багато виробників припускаються помилок при стратегічному плануванні та зазнають великих втрат, намагаючись реалізувати свою продукцію на ринку. Виходячи з цього, можна підвести підсумок, що правильно обрана маркетингова стратегія є запорукою успіху підприємства. Саме тому вибір оптимальної для компанії стратегії є важливим питанням в сучасних умовах розвитку країни.

Особливої значущості це питання набуває у виноробних підприємств України. Сьогоднішній стан ринку вина можна констатувати як важкий: виробництво скорочується, сировинна проблема залишається та поступово набуває ще більшої актуальності та нагальності, а відсутність належної державної фінансової підтримки виноградарства ставить під загрозу бізнес, який розвивався роками.

Тому, щоб вижити у цих тяжких умовах, великі підприємства або орієнтують виробництво на вже сформовані вподобання споживачів та створюють продукцію, яка стовідсотково буде мати попит, або ж, навпаки, диверсифікують портфель та впроваджують у виробництво інноваційні продукти, яких не вистачає на полицях магазинів.

ПрАТ «Одесавинпром» одне із найстаріших та провідних підприємств галузі із збереженими традиціями виноробства [1]. На протязі всієї історії існування, воно величезну увагу приділяє якості продукції, що виготовляється. Саме цей аспект знайшов відображення у місії підприємства: «Виробництво високоякісної продукції для задоволення потреб покупців».

Проведений аналіз товарного асортименту показав, що ПрАТ «Одесавинпром» спеціалізується на виробництві шампанського, тихих вин і коньяку, що налічує кілька десятків найменувань.

Проведений SWOT-аналіз дозволив не тільки виявити сильні та слабкі сторони підприємства, його можливості та загрози, але й сформулювати SO, WO, ST і WT – стратегічні рішення, найбільш перспективним з яких являється розширення асортименту продукції, що виготовляється з урахуванням пропаганди культури споживання та здорового образу життя.

Конкурентний аналіз галузі по М. Портеру допоміг визначити інтенсивність та вираженість конкурентних сил в галузі та встановити, що рівень конкуренції в досліджуваній галузі високий (86% від максимуму) [2].

Проаналізувавши можливість використання кожної з чотирьох стратегій відповідно до матриці І. Ансоффа «товар-ринок», виявилось, що для підприємства ймовірною є реалізація стратегії розвитку товару, але, беручи до уваги те, що ПрАТ «Одесавинпром» у 2014 році розширило лінійку натуральних авторських вин ТМ «Вина Гулієвих» двома новими продуктами, а саме білим сухим вином «Совіньйон» та рожевим сухим вином «Трамінер», було вирішено, що ця стратегія є недоцільною у даний проміжок часу.

Також аналіз показав можливість впровадження стратегії диверсифікації, що дозволяє вийти підприємству на ринок з новим інноваційним продуктом. На відміну від існуючих, це буде сироп з високим вмістом біологічно активних сполук, отриманий в результаті переробки вторинної сировини виноробства, а саме винограду гребенів. Він виробляється за сучасною технологією і не має аналогів в Україні.

«Зміцнювати здоров'я і віддаляти старість» – такою є мета представленого проекту!

Йдеться про створення продукту нового покоління, який значно підвищує якість життя людей в умовах несприятливої економічної і екологічної обстановки. Завдяки своїм корисним властивостям даний товар отримав назву – «Здоровіт», що в перекладі означає «здорове життя».

Представлений сироп має широкий спектр дії, працює на клітинному рівні і використовується для профілактики та лікування понад 60-ти захворювань.

Сироп «Здоровіт»:

- виводить з організму токсини, шлаки, зв'язує вільні радикали;
- підвищує імунітет (що особливо важливо під час епідемії простудних захворювань);
- покращує пам'ять і роботу серцево-судинної системи;
- володіє капіляро-зміцнюючим ефектом та захистом печінки;
- підвищує гемоглобін і покращує формулу крові;
- зміцнює ендокринну, бронхолегеневу, кістково-м'язову, лімфатичну і сечостатеву системи.

«Здоровіт» – сироп, призначений для створення оптимальних дієтологічних умов регулювання антиоксидантного балансу організму, підвищення імунітету, нормалізації кровотворення. Сприяє уповільненню процесів передчасного старіння та відновленню структури хромосом, пошкоджених іонізуючим випромінюванням.

Спосіб застосування: дорослим та дітям старше 14 років по 30 мл на день, дітям від 4 до 14 років – по 10 мл на день (можна додавати до невеликої кількості води, соків, компотів тощо). Термін споживання 2-3 тижні. За необхідності курс повторюють 2-3 рази на рік. Протипоказань не виявлено. Можлива індивідуальна непереносимість до продуктів переробки винограду.

Цей унікальний продукт виробляється виключно з натуральної сировини – гребенів винограду. У його складі немає консервантів, барвників і ГМО. За результатами опитування споживачів, було вирішено продавати «Здоровіт» в пляшці об'ємом 250 мл.

Враховуючи унікальні властивості товару, що пропонується та його соціальну значимість для оздоровлення людини, було вирішено при встановленні ціни керуватися стратегією «проникнення на ринок». Роздрібна ціна пляшки складе близько 48 грн.

Враховуючи специфіку виробництва та вжитку інноваційної продукції «Здоровіт», були рекомендовані наступні канали збуту: аптеки, поліклініки, лікарні, санаторії, пологові будинки, будинки відпочинку, школи, дитячі садки, різні посередницькі організації дистриб'юторів та дилерів.

Для стимулювання збуту сиропу «Здоровіт» передбачається провести комплекс наступних заходів: реклама на телебаченні, радіо, в журналах, а також буклети, білборди та реклама в інтернеті (просування сайту та банерна реклама).

Ціль рекламної компанії – проінформувати споживачів про новий товар та переконати придбати його. Склавши кошторис витрат на рекламну кампанію, отримали суму у розмірі 810,7 тис. грн.

Розрахувавши вплив «Проекту переробки вторинної сировини на продукти з високим вмістом біологічно активних сполук» на основні показники діяльності ПрАТ «Одесавинпром» отримали такі результати: запропонований проект позитивно вплине на фінансову діяльність ПрАТ «Одесавинпром». Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції збільшиться на 51446,3 тис. грн. (15,89%).

Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації зменшаться на 4,72 коп. (4,77%). Рентабельність продукції складе 5,1%, що на 3,96 пункти більше ніж до проекту.

Отже, активна науково-дослідна й інноваційна діяльність науковців Одеської національної академії харчових технологій і підприємців дозволили одержати унікальний продукт, який на даний момент не має аналогів в Україні і зможе зайняти свою нішу на ринку. Це сироп «Здоровіт». А ефективне стратегічне маркетингове планування діяльності підприємства є гарантією його успішного впровадження та реалізації на ринку України.

Література:

1. Інвестиційний портал «Огляд ринку вина в Україні», [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://inventure.com.ua/analytics/investments/obzor_rynka_vina_ukrainy
2. Джоан Магретта. Ключевые идеи. Майкл Портер – М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2013. – С. 272. – ISBN 978-5-91657-758-7

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ В ОБЛАСТІ СТАТИСТИКИ ПРАЦІ

Наумова М. А.,

кандидат фізико-математичних наук, доцент,

доцент кафедри математики

і математичних методів в економіці

Донецький національний університет імені Василя Стуса

м. Вінниця, Україна

Ринок праці, як сегмент загальнонаціонального і як один з видів ресурсних ринків, досить сильно впливає на політичне та соціально-економічне життя країни. Процеси в трудовій сфері багато в чому