

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

об'єктивних показників; на основі соціологічних опитувань персоналу) дозволить підвищувати якісну складову кадрового потенціалу. Для поліпшення кадрової ситуації необхідно підвищувати лояльність і прихильність співробітників до організації; постійно підвищувати кваліфікацію персоналу; стабілізувати плинність кадрів (на наявність організаційних проблем в сфері мотивації завжди вказує рівень плинності кадрів, якщо його показник протягом не менше півроку перевищує 7-10 %). Однак все це вимагає впливу мотиваційної складової – покращення соціального становища персоналу, матеріального добробуту, забезпечення житлом, тощо.

Література

1. Дашко І.М. Кадровий потенціал: сутність та фактори його розвитку/ І.М. Дашко // Економіка та держава. – 2017. – № 1. – С. 65-68. – Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2017/16.pdf.
2. Іваницька С.Б. Кадровий потенціал підприємства: фактори формування та використання [Електронний ресурс] / Іваницька С.Б., Анісова Н.В., Петрова А.О. // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – № 10. – 2013. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/>
3. Калінін А. М. Концептуальні підходи до визначення сутності кадрового потенціалу підприємства / А. М. Калінін // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2014. – Т. 19. вип. 2/5. – С. 51-54.
4. Корінь М.В. Управління розвитком кадрового потенціалу підприємств в сучасних умовах / Корінь М.В., Шевченко О.О., Шовкопляс О.О. // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. – № 60. – С. 238-245. — Режим доступу: <http://btie.kart.edu.ua/article/viewFile/123676/118277>
5. Назаренко І.Л. Методика оцінки кадрового потенціалу служби залізниці / І.Л. Назаренко, В.О. Маслова, Я.Д. Погрібна // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – Вип. 50. – С. 248-253.

СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

**Корсікова Н.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і логістики
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

На практиці в процесі управління зазвичай застосовують різні види методів, як окремо, так і комплексно. Методи управління бізнесом класифікуються за різними ознаками (табл. 1).

Таблиця 1 – Класифікація методів управління*

Класифікаційна ознака	Види
за масштабами застосування	загальні – застосовуються до всієї системи особливі – застосовуються до окремих складових частин цієї системи або до зовнішнього середовища та його суб'єктів (споживачів, посередників, конкурентів тощо)
за галузями і сферами застосування	в державному управлінні, бізнесі, торгівлі, промисловості, екології тощо
за роллю на різних етапах життєдіяльності організації	методи дослідження організацій методи формування та впорядкування методи стабілізації методи ліквідації методи банкрутства

за ступенем впливу	прямі непрямі
за функціями, які ці методи дозволяють виконувати	методи планування методи організації методи керівництва методи мотивації методи контролю
за конкретними об'єктами управління і характеру ситуації, проблемі, яку необхідно вирішити	методи інноваційного менеджменту методи ризик-менеджменту методи антикризового менеджменту методи фінансового менеджменту методи управління виробництвом методи управління збутом (включаючи логістику) методи управління комунікаціями методи управління якістю методи управління зайнятістю методи управління персоналом методи управління знаннями методи управління проектами методи управління малими та великими підприємствами управління бізнес-процесами методи управління взаємодією бізнес-структур між собою та з клієнтами тощо.

* узагальнено автором

Очевидно, що в умовах нової економіки багато методів управління бізнесом втратили свою актуальність. Їх ефективність падає з кожним днем. Конкуренція зростає, а отже, потрібно знижувати витрати, вигідно відрізнятися і пропонувати щось унікальне і, навіть, чарівне [1].

Сьогодні дійсно дуже популярною стала думка про необхідність попроситися з класичними теоріями і методами менеджменту і маркетингу. І тут думки провідних фахівців в сфері управління практично не розходяться. Про це заявляли в різний час автори численних публікацій [2,3,4,5].

Все більшої популярності набувають концептуально нові методи та інструменти управління бізнесом.

Collaboration – це філософія бізнесу, заснована на взаємовигідній співпраці як усередині команди (в т.ч. між співробітниками і власником), так і за її межами: коли добре збудовані мережі обміну інформацією з клієнтами, постачальниками, партнерами, субпідрядниками тощо.

В умовах collaboration всі учасники процесу зацікавлені в результаті та йдуть до однієї мети. Для того щоб здійснювати collaboration, важливо дотримуватися трьох правил:

— вміти дружити і домовлятися (нетворкінг та френдінг) – міжособистісні комунікації, засновані на врахуванні потреб кожного з учасників комунікації;

— використовувати інструменти Knowledge Management (управління знаннями, коучинг) – це систематичні процеси, завдяки яким знання, необхідні для успіху організації, створюються, зберігаються, розподіляються і застосовуються;

— застосовувати нові технології – інновації – результат системної діяльності, спрямованої на реалізацію досягнень науково-технічного прогресу та їх удосконалень, що сприяє кількісним та якісним змінам у внутрішньому середовищі підприємства та забезпечує підвищення ефективності та отримання конкурентних переваг.

Ще один ефективний інструмент – це Crowdsourcing – культура колективного рішення задач, де різні погляди, компетенції, ідеї і позиції дозволяють добиватися максимально

високих результатів. Забезпечити цю можливість дають такі методи ведення спільної діяльності як віртуальні та мережеві організації, які завдяки інтернет-простору здатні практично без витрат зібрати всіх зацікавлених у вирішенні завдання людей.

Переваги краудсорсингу:

- по-перше – масштабність, доступ до результатів праці практично необмеженої аудиторії дозволяє швидко створювати глобальний продукт;

- по-друге, можливість розділити свої бізнес-ризик з іншими учасниками та виконавцями завдань. У більшості випадків виконавець якщо і отримує оплату за свою працю, то вже з прибутку, яку він приніс бізнесу;

- по-третє, це отримання додаткового прибутку за рахунок регіонального різниці, наприклад у рівні життя, що дає можливість залучати більш дешеву віддалену робочу силу.

Система управління бізнесом Knowledge Management (управління знаннями) об'єднує всі вищезазначені технології, а також призводить до синергії ключових бізнес-процесів, таких як: планування, фінанси, маркетинг, управління ланцюгами постачання і продажами, HR.

Систематизація знань всередині компанії допомагає:

- уникнути помилок, які можуть дорого коштувати;

- використовувати найбільш ефективні практичні рішення;

- прискорити процеси розробки рішень;

- зберегти знання як актив після виходу співробітників з компанії і скоротити час входження в курс справи нових співробітників.

Все це дозволяє в умовах жорсткої конкурентної боротьби при обмежених ресурсах швидко знаходити проривні ідеї, рішення, інновації, винаходи. Ті компанії, які зуміли об'єднати та інтегрувати у своїй діяльності ці методи, виграють у довгостроковій перспективі.

Література

1. Кевин Робертс «Менеджмент умер. Маркетинг умер. Стратегия умерла» // Лекция. <https://republic.ru/posts/l/821687>
2. Виханский О. Менеджмент мертв. Следующий – маркетинг // «Коммерсантъ Деньги». – 2002. – № 6. – С. 41.
3. Ричард Фарсон «Менеджмент абсурда». Софія, – 2006, – 192 с.
4. Фаткин Л. Утопії, міфи та ілюзії менеджменту // Проблеми теорії і практики управління. – 2001. – №5. – С. 92-96.
5. Романов И. Менеджмент военного времени // Управление компанией. – 2009. <https://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=005722>

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Каламан О.Б., к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Виноробна промисловість України є стратегічною галуззю. Однією з актуальних проблем функціонування організацій виноробної галузі виступає оцінка ефективності їх діяльності. Загальновизнано, що ефективність діяльності організацій, яка характеризує співвідношення показників результату і витрат, оцінюється за допомогою проведення аналітичного дослідження рентабельності економічного суб'єкта. Однак щодо класифікаційних груп і складу можливої до застосування системи показників рентабельності думки різняться. З точки зору значущості показників ефективності і ступеня узагальнення оцінки в досліджуваних системах показників виділяють головні (узагальнюючі), покликані охарактеризувати рівень досягнення стратегічних завдань, і додаткові (функціональні)

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