

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ  
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ  
79 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
ВИКЛАДАЧІВ АКАДЕМІЇ**

**Одеса 2019**

Наукове видання

Збірник тез доповідей 79 наукової конференції викладачів академії  
16 – 19 квітня 2019 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 № 9 від 02.04.2019 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

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

більшості виробляються на вітчизняних підприємствах, поки ще не можуть конкурувати на ринку Європи.

Для виноробства в Україні характерно: скорочення площ виноградників; падіння рівня якості вина; збільшення об'ємів фальсифікату; втрата традиційних ринків збуту вин і коньяків – це Росія, Казахстан і Білорусія. По суті, Україна сьогодні розвиває виноробство Молдови, Грузії, Іспанії, Франції та інших країн.

Виноробство в Україні належить до галузей з низькою рентабельністю. Пояснюється це тривалою окупністю капіталу: з моменту закладки винограднику до першого врожаю, який можна буде використовувати для виробництва вина, проходить 3-4 роки.

Проведені дослідження вказують на негативні тенденції, зниження рентабельності підприємств виноробної галузі України. До 2000 року виноробна продукція мала більшу норму рентабельності. На сьогоднішній день рентабельність знаходиться на дуже низькому рівні.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств виноробної галузі необхідно:

- проводити щорічну закладку нових виноградників необхідних сортів для задоволення потреб вітчизняних виробників у виноматеріалах;

- впроваджувати в практичну діяльність господарств стандарти та вимоги згідно регламентів ЄС задля підвищення якості винної продукції, скорочення імпорту та насичення внутрішнього ринку якісною продукцією;

- збільшувати закладку тих сортів винограду, що є стійкими до кліматичних змін та мають більшу врожайність;

- максимізувати обсяги виробництва і покращити можливості експорту продукції виноробної промисловості;

- впровадження спеціальних державних програм для забезпечення та збереження кращих сортів винограду;

- введення заборони на використання матеріалів невиноградного походження при ферментації, витримці і зберіганні вин, зокрема бурякового цукру, зернового спирту ректифікату, штучних підсилювачів аромату і смаку.

Також, важливо здійснювати співробітництво з країнами-партнерами у сфері спільного вивчення сировинних ресурсів, переробки виноматеріалів, створення інфраструктури виногосподарської галузі, підготовки фахівців тощо.

Ці заходи необхідні для ліквідації «вузьких місць» та підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств виноробної галузі.

## **ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБНОЇ ГАЛУЗІ**

**Татарик Е.П., асистент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Ринок хліба та хлібобулочних виробів є однією з найважливіших сфер економіки, яка забезпечує населення основними продуктами харчування й має великий потенціал.

Після проведення аналізу ринку хліба потрібно віддати належне тенденціям розвитку даного сегменту харчової промисловості України. До перспектив розвитку хлібопекарських підприємств потрібно віднести: використання інноваційних видів товарів, механізацію технологічних процесів, інтенсивне використання виробничих потужностей та ін.

Вітчизняний ринок хлібної продукції представлений широким асортиментом, так як багато підприємств займаються виготовленням даної продукції й конкурують між собою за якість й номенклатуру. Незначна частина хлібної продукції імпортується, але у зв'язку з тим, що дана продукція має короткий термін зберігання, вітчизняним виробникам це не

приносить великих хвилювань, оскільки конкурувати із закордонними підприємствами не потрібно [1].

Пріоритетними напрямками розвитку галузі вважаються: посилення її комплексного розвитку, технологічне переозброєння підприємств шляхом заміни устаткування та автоматизації технологій; випуск нових інноваційних продуктів з метою підвищення прибутковості галузі; досягнення максимально ефективного виробництва за рахунок зниження матеріало- та енергомісткості продукції; формування і використання новітніх технологій.

Хлібопекарська галузь потребує державної підтримки для технологічного оновлення як одна з основних галузей, що визначають параметри продовольчої безпеки держави.

Така підтримка можлива за умови запровадження державного стимулювання вітчизняних виробників продовольчого устаткування або придбання імпортного на пільгових умовах [2].

Стратегія розвитку хлібопекарського виробництва в Україні повинна враховувати об'єктивні ринкові закони.

На кон'юнктуру ринку хліба й хлібопродуктів значно впливає зовнішнє середовище. Це середовище непрямого впливу або чинники, які підприємство не в змозі контролювати. Зовнішнє середовище, або макросередовище, впливає не на окреме підприємство, а на всі одразу [3].

До макроекономічних чинників можна віднести такі:

— економічна ситуація в країні – це рівень зайнятості населення, рівень інфляції, ставки кредитування бізнесу, рівень економічного розвитку окремих регіонів країни, тощо. Кожен з цих чинників може бути або можливістю, або загрозою для підприємства;

— стан інвестиційного ринку – це привабливість держави і секторів економіки для інвесторів. Цей чинник у сучасній Україні є дуже вагомим, адже тут небагато осіб, які мають достатньо власних коштів для інвестування в розвиток своїх підприємств. Тому, щоб встигати за темпами світового технічного розвитку та задовольняти мінливий попит, є доцільним залучення інвестицій, що є можливим за сприятливого інвестиційного клімату в країні;

— законодавча та податкова база – це затвердження урядом різноманітних пільг і мит, які спрямовані на розвиток або стримування підприємництва. Також розповсюджено лобювання інтересів у державних органах окремих великих підприємств, або їх об'єднань, що також суттєво впливає на підприємництво в цілому;

— політична ситуація в державі – це державний устрій, зовнішня і внутрішня політика розвитку країни. Від устрою політичної системи залежить її вплив на ділову активність підприємництва. Враховуючи, що кожний новий уряд в нашій країні застосовує свою політику розвитку держави, чинник політичної ситуації є одним з найвпливовіших та непередбачуваних;

— технологічний прогрес – з одного боку цей фактор є внутрішнім, адже підприємство само вирішує оновлювати йому свою технологію і виробництво або ні. Але якщо держава розвинена, відкрита та сприяє розвитку технологій, то підприємство повинно буде оновлюватись аби бути конкурентоспроможним. З іншого боку, якщо країна закрита до новацій, то підприємствам набагато дорожче оновлюватись, тому дуже часто у такій ситуації їм немає сенсу вкладати величезні кошти в оновлення підприємства;

— соціально-демографічна ситуація впливає на формування стилю життя, попиту та суттєво впливає майже на всі організації. Основні соціокультурні чинники, які впливають, більш за все, на організації – це природний рух населення, міграція, освітні стандарти, звички покупця [4].

Макроекономічні чинники впливу можна розподілити на сприятливі та негативні для роботи підприємства. Поділ цих факторів на сприятливі та негативні наведений у табл. 1.

**Таблиця 1 – Сприятливі та негативні для підприємства макроекономічні чинники**

Групи чинників	Сприятливі чинники	Негативні чинники
Економічні	– стійкий розвиток економіки; – стабільне функціонування фінансової системи країни; – сприятливий інвестиційний клімат; – стабільний курс валют	– зростання інфляції; – зниження інвестиційної привабливості; – відтік капіталу за кордон; – економічна криза в країні
Політично-законодавчі	– податкові пільги; – стабільна політична обстановка; – постійний політичний курс розвитку країни	– посилення податкового тягаря для підприємств; – частова зміна уряду та законодавства
Науково-технічний прогрес	– розвиток технологій	– залежність від інновацій; – технологічні прориви за кордоном, зменшують конкурентоспроможність національних підприємств
Природні	– ринок екологічно чистих товарів	– недостатність сировини в державі; – через погіршення стану навколишнього середовища, сировина для харчових продуктів стає менш якісною, а іноді і небезпечною
Соціально-демографічні	– зростаючий споживчий попит; – підвищення рівня освіченості населення та підвищення професіоналізму працівників	– скорочення попиту на продукцію; – зменшення народжуваності

Джерело: розроблено авторами за [5.]

Чи завдасть зміна макроекономічного фактору великої шкоди підприємству, або навпаки, принесе прибуток, залежить від рівня ефективності управління підприємством. Першочерговою задачею керівника є ретельне дослідження впливу макроекономічних чинників на діяльність підприємства, своєчасне визначення найважливіших чинників та оптимізація їх впливу на підприємство.

В нинішніх умовах в нашій країні, інфляційних та девальваційних процесів знижується купівельна спроможність населення. Порушується структура харчування у бік дешевшої борошняної продукції. Частка споживання хліба та хлібопродуктів найбідніших верств населення сягає майже чверть витрат на харчування. Водночас у кризові роки більш швидкими темпами знижуються обсяги виробництва і, відповідно, споживання промислової хлібобулочної продукції. Це зумовлено зростанням частки ринку продукції поза статистичною звітністю, обмеженістю фінансових ресурсів населення та відсутністю можливості модернізації підприємств. Основні чинники підвищення купівельної спроможності – це макроекономічна стабільність вітчизняної економіки, система справедливої оплати праці та соціального захисту громадян України, забезпечення економічного паритету цін [6].

Потребують удосконалення показники і, навіть, структура споживчого кошику українців, цінова та фіскальна політика держави. Доцільним також є поліпшення механізму звітності виробників хліба і створення для них однакових умов роботи. Для цього є необхідним доповнення звітності Держслужби статистики України в частині споживання

хлібобулочних виробів домогосподарствами. Запровадити адресні субсидії на хліб та інші соціально значущі харчові продукти для малозабезпечених громадян.

Таким чином, необхідно зазначити, що хлібопекарська галузь України має необхідний виробничий та економічний потенціал для виробництва хлібних виробів у потрібній кількості й асортименті з метою забезпечення населення якісними продуктами харчування [7].

Порівняно з іншими галузями харчової промисловості, робота хлібопекарських підприємств характеризується відносною стабільністю та меншим ступенем ризикованості. Однак, в умовах конкурентного та суперечливого зовнішнього середовища існує можливість посилення негативних змін та ймовірності зростання ступеня ризикованості інноваційної діяльності хлібопекарських підприємств. Від того, як буде вирішено визначені проблеми, які механізми планується при цьому використовувати, залежатиме продовольча безпека країни в тій її частині, що представлена хлібом та хлібопродуктами.

### Література

1. Навольська Н.В. Дослідження ринку хліба і хлібобулочних виробів в Україні / Н.В. Навольська // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 11. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://global-national.in.ua/archive/11-2016/93.pdf>
2. Васильченко А.Н. Некоторые особенности функционирования рынка хлеба в Украине / А.Н. Васильченко. Хранение и переработка зерна – 2015. – № 3 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journals.uran.ua/index.php/2306-4498>
3. Ємність внутрішнього споживчого ринку сільськогосподарської продукції і продовольства. моногр. / Шпичак О.М. Лупенко Ю.О., Жук В.М. та ін.]: за ред. О.М. Шпичака. – К.: ННЦ ІАЕ, 2013. – 86 с.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення // Постанова Кабінету Міністрів України від 14 квіт. 2000 року № 656 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://consultant.parus.ua/?doc=00GVFC8C73>
6. Дулепова В.Б. Управленческая экономика [Електронний ресурс] / В.Б. Дулепова. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://studopedia.org/14-58322.html>.
7. Мехеда Н.Г. Вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства [Електронний ресурс] / Н.Г. Мехеда, А.П. Савченко – Режим доступу до ресурсу: [http://www.rusnauka.com/15\\_NNM\\_2014/Economics/10\\_170149.doc.htm](http://www.rusnauka.com/15_NNM_2014/Economics/10_170149.doc.htm).

## СЕКЦІЯ «УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ»

### ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Басюркіна Н.Й., д-р екон. наук, доцент  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Проведені дослідження діяльності харчових підприємств України показали, що їх фінансові результати значно погіршились з прибутку 10421,2 тис. грн. у 2012 р. до збитків, починаючи з 2014 р. Рентабельність за цей період зменшилась майже вдвічі – з 6,4 до 3,8 %, збитки перевищили прибутки, і ця тенденція є негативною [1].

Наслідки впливу глобалізаційних процесів на розвиток харчових підприємств [2]:  
— зростання частки збиткових підприємств (за 2012-2016 роки до 30,8 %);

МОДЕЛЬ СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ ВІД ЗБАЛАНСОВАНОГО ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ (НА ПРИКЛАДІ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРУ)	
<b>Кулаковська Т.А.</b> .....	317
ЗНАЧИМІСТЬ ХМАРНИХ ПОСЛУГ У СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	
<b>Лобочька Л.Л., Фрум О.Л.</b> .....	319
ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
<b>Ощепков О.П., Магденко С.О.</b> .....	321
СТРАТЕГІЧНЕ БАЧЕННЯ СТАЛОГО ТА ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ	
<b>Самофатова В.А.</b> .....	323
ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ	
<b>Яблонська Н.В., Крупіна С.В.</b> .....	324
ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБНОЇ ГАЛУЗІ	
<b>Татарик Е.П.</b> .....	325

#### **СЕКЦІЯ «УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ»**

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	
<b>Басюркіна Н.Й.</b> .....	328
ПРО ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ ОПЛАТИ КОЛЕКТИВНОЇ ПРАЦІ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ	
<b>Колеснік В.І., Вігуржинська С.Ю.</b> .....	330
УТИЛІЗАЦІЯ ВІДХОДІВ ЯК ПРОВІДНА ГАЛУЗЬ ЩОДО РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	
<b>Немченко В.В., Немченко Г.В.</b> .....	331
УПРАВЛІННЯ ВИВЕЗЕННЯМ ВІДХОДІВ В УКРАЇНІ	
<b>Свистун Т.В.</b> .....	332
АНАЛІЗ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ МЕРЕЖ	
<b>Бровкіна Ю.О.</b> .....	334

#### **СЕКЦІЯ «МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМИЦТВО І ТОРГІВЛЯ»**

МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН ДЛЯ ПРОЕКТНОГО ГОТЕЛЬНОГО МІКРОБІЗНЕСУ	
<b>Устенко І.А., Мардар М.Р.</b> .....	335
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ, ЯК ЗАПОРУКА	
УСПІШНОГО РОЗВИТКУ	
<b>Лагодієнко В.В., Голодонюк О.М., Мільчева В.В.</b> .....	337
РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
<b>Бахчиванжи Л.А., Євтушок О.В., Значек Р.Р.</b> .....	339
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ТА ПЕРЕРОБНОЇ	
ПРОМИСЛОВОСТІ	
<b>Голубьонкова О.О., Брайко М.Г., Чирка В.В.</b> .....	341
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ	
<b>Черевата Т.М.</b> .....	343

#### **СЕКЦІЯ «МЕНЕДЖМЕНТ І ЛОГІСТИКА**

ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА ПОНОВЛЮВАЛЬНОГО, ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТОГО БІОПАЛИВА В	
УКРАЇНІ	
<b>Савенко І.І., Седікова І.О.</b> .....	345
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СИСТЕМОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО ІННОВАЦІЙНОГО	
РОЗВИТКУ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
<b>Бондаренко С.А.</b> .....	347
СТРАТЕГІЧНІ МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
<b>Агєєва І.М.</b> .....	349
СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ АПК В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	
<b>Каламан О.Б.</b> .....	350
УКРАЇНСЬКИЙ АГРАРНИЙ ЕКСПОРТ ПЕРЕВИЩИВ 18,8 МЛРД. ДОЛАРИВ	
<b>Савенко І.І., Седіков Д.В.</b> .....	352
ВПЛИВ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ АПК У	
СУЧАСНИХ УМОВАХ	
<b>Козак К.Б.</b> .....	354
ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТРОЛІНГУ НА БОРОШНОМЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	
<b>Відоменко І.О., Гордієнко Л.Л.</b> .....	356