

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА  
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



**МАТЕРІАЛИ**

**V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**12 – 13 жовтня 2017 р.**

**ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ  
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА  
ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ**

**Видання присвячене**

**115-річчю Одеської національної академії харчових технологій**

**та 5-річчю Навчально-наукового інституту прикладної  
економіки і менеджменту ім.Г.Е.Вейнштейна**

**м.Одеса**

**УДК: 338.43:316.502(477)**

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції 12-13 жовтня 2017р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2017. – 291 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Каламан О.Б. – директор ННПЕіМ ім.Г.Е.Вейнштейна ОНАХТ

Редакційна колегія:

Ангелов Г.В. – д-р філософії, проф., Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., доц., Купріна Н.М. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Рогатіна Л.П. – к.с.н., доц., Савенко І.І. – д.е.н., проф.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Одеської національної академії харчових технологій протоколом № 3 від 03.10.2017 р.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису  
Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність  
наданих матеріалів

На цьому безумовно не вичерпується арсенал засобів підвищення ефективності організації праці керівників і не тільки. Праксеологія, як наука, дає багато інших інструментів, які потребують системного застосування в практиці керівників будь-якої ланки, і які є особливо актуальними в період загострення кризи суспільства в різних її проявах.

#### Література

1. Котарбинський Т. Трактат о хорошей работе. – М.: Экономика, 1975. – 270 С.
2. Сацков Н.Я. Практический менеджмент. Методы и приёмы деятельности руководителя. ИКФ «Сталкер», Донецк, 1998.

### РАЗВИТИЕ ВИНОДЕЛЬЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕМЕНЧИВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ

Шалимо В.Г., аспирант

Одесской национальной академии пищевых технологий

В условиях рыночной экономики каждое предприятие самостоятельно решает вопросы, которые определяют его стратегические ориентиры, формируют рыночные цели и стратегическое поведение. Эффективное стратегическое управление позволяет предприятию определять направления развития, пути достижения поставленных организационных целей и обеспечивать соблюдение миссии. Особенностью современного этапа деятельности винодельческих предприятий является повышение влияния внешней среды на эффективность их деятельности. Такая ситуация вызывает необходимость быстрого реагирования предприятий для предвидения и нейтрализации негативных последствий.

Несмотря на существующую нестабильность рынка, производители вина пытаются поддерживать сбалансированность производства этого продукта. Однако, для обеспечения функционирования предприятий в сложных кризисных условиях необходимо иметь четкую стратегию, достаточно гибкие производственные приоритеты и дополнительные инновации для укрепления собственных брендов. Возникает реальная потребность в создании системы, которая бы объединила цели развития, ресурсы, стратегический анализ, объекты и субъекты стратегического анализа и обеспечила соответствие постановки проблем и задач стратегического планирования со способами достижения целей и управлением в процессе их реализации. В процессе определения стратегических целей и собственно стратегического планирования может возникать конфликт между существующим состоянием предприятия на рынке и необходимым направлением развития, между существующими взглядами руководства и необходимостью организационных изменений. Поэтому, планирование стратегии усиливается аргументацией, которую предоставляет стратегический анализ. Он должен быть направленным на достижение конкретных результатов и отвечать поставленным целям и решать конкретные задачи.

На каждом этапе планирования стратегии можно использовать стратегические модели. Для каждого этапа характерный свой набор моделей

стратегического планирования, какие предприятия могут использовать в зависимости от собственных финансовых и кадровых возможностей.

Для определения факторов влияния на достижение стратегической цели, по моему мнению, целесообразно предложить три подхода, которые отображают взаимосвязи при достижении результатов стратегических решений: доли рынка, сумма прибыли и достижение определенного размера стоимости компании, а факторы влияния сгруппированы в три последовательных уровня и соединены прямыми связями при осуществлении влияния на целевой ориентир.

При достижении определенной доли рынка наиболее влиятельным фактором выступает темпы роста рынка отрасли, который определяется нормативно-правовым полем страны, уровнем платежеспособности населения и темпами роста рынка смежных отраслей. При этом, наблюдается зависимость доли рынка от темпов роста рынков компании и конкурентов. В случае, если в качестве целевого ориентира было установлено достижение определенного уровня прибыли компании, изменяется значимость факторов влияния и совокупность связей влияния, которые способствуют достижению стратегической цели. Так, в качестве основных факторов влияния выступают: превышение уровня отраслевой нормы рентабельности за счет уникальности предложения и более низких расходов на производство и реализацию продукции.

Приоритетность факторов влияния на достижение стратегической цели изменяется в том случае, когда ориентиром определен рост стоимости компании. В этом случае, взаимосвязи более сложны и большее внимание уделяется жизненному циклу отрасли и организации, стоимости нематериальных активов, структуре капитала, структуре владельцев, доле рынка и тому подобное. В соответствии с поставленной целью, определяется влияния разных факторов на конечный параметр стратегического развития и возможность управления направлением и силой влияния каждого из представленных факторов. Полученные результаты позволяют разрабатывать мероприятия и обеспечивать их реализацию.

Комплексное использование моделей стратегического анализа, которое используются в качестве аргументации стратегических решений, дает возможность:

- определить параметры конкурентоспособности предприятия и рыночную позицию относительно конкурента;
- сегментировать рынок товаров и услуг, определив наиболее привлекательные для предприятия сегменты;
- сравнить возможные направления развития предприятия и определить наиболее перспективные;
- установить связи между состоянием предприятия и возможными стратегическими направлениями развития;
- определить экономическую целесообразность выбранного направления стратегического развития.

В качестве основы принятия стратегических решений выступает обобщение данных, полученных при проведении стратегического анализа. Но, не только полученная информация определяет качество проведенного анализа.

Значительную роль играет умение интерпретировать ее и прогнозировать на ее основе тенденции развития рынка, поведения конкурентов и потребителей.

Именно поэтому, по моему мнению, процесс принятия стратегических решений относительно возможностей развития предприятий должен основываться на определении места моделей стратегического анализа в системе обеспечения этих решений. Выбор модели стратегического анализа может осуществляться с помощью разных методов, среди которых: административный метод, метод экспертных оценок, стоимостной метод и традиционный для компании метод. Одним из важных этапов определения стратегического направления развития предприятия является разработка рекомендаций по результатам стратегического анализа.

Таким образом, интерпретация полученных данных в стратегическом анализе требует не только четкую ориентацию на рекомендации авторов моделей стратегического анализа, но и адаптацию к условиям рынка, отрасли, страны, учитывание особенностей ведения бизнеса именно на этом предприятии. Предприятия винодельной промышленности представлены преимущественно акционерными обществами, поэтому в качестве одного из главных факторов, который определяет стратегическую направленность развития предприятий, выступают цели владельцев. Но, в любом случае, ключевым фактором, который определяет качество принятых решений относительно предложенной стратегии развития предприятия, будет выступать согласованность между ресурсами и стратегическими возможностями предприятия.

#### Литература

1. Нікуліна В.Б. Організаційно-економічний механізм забезпечення агропромислового виробництва України в сучасних умовах господарювання Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. – 2011 Спецвипуск 33., Частина 2.
2. Печериця Ю.В. Обмеження впливу невизначеності на стратегічні рішення / Ю.В. Печериця // - зб. наук. пр.: Формування ринкових відносин в Україні. -К.: 2007.
3. Печериця Ю.В. Ефективність аналізу зовнішнього середовища в ринкових економічних процесах / Ю.В. Печериця // . Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. К.: - 2007.
4. Пономаренко В.С. Концептуальні засади управління стратегічним співробітництвом підприємства з іншими суб'єктами для забезпечення інноваційного розвитку / В.С. Пономаренко // .Проблеми науки.– 2006.

#### УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СФЕРЫ

Мартыновский В. С., к.э.н., доцент

Одесская национальная академия пищевых технологий

Концепция устойчивого развития образовалась в результате соединения трех направлений:

1) Экономического. С данного ресурса понятие «экономической эффективности» рассматривается совершенно под другим углом. Как стало ясно,

41. АНАЛІЗ РИНКУ ХЛІБА І ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ 122  
Лобоцька Л.Л., Матвійчук О.В.
42. СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ 125  
Ощепков О.П., Магденко С.О.
43. БЕЗПЕЧНІСТЬ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ, ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ 127  
Дьяченко Ю.В.
44. ПОЛІТИЧНИЙ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ 129  
Константинова Т.В.
45. ПРАКСЕОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРА 132  
Корсікова Н.М.
46. РАЗВИТИЕ ВИНОДЕЛЬЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕМЕНЧИВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ 136  
Шалимо В.Г.
47. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СФЕРЫ 138  
Мартыновский В. С.
48. ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ 139  
Мужайло В.Д., Кривоногова І.Г.
49. ОЦІНКА ДОВГОСТРОКОВИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ 141  
Шалений В.А.
50. АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ХАРЧОВОГО БІЗНЕСУ В РИНКОВИХ УМОВАХ 146  
Ліпова О.Л.
51. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ ГОСПОДАРЮЮЧИХ СУБ'ЄКТІВ 147  
Скляр Л.Б.
52. ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ 151  
Іванченкова Л.В.
53. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ ДЛЯ ПОЧАТКІВЦІВ У МАЛОМУ БІЗНЕСІ В УКРАЇНІ 153  
Колесник В.І., Вігуржинська С. Ю.
54. ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ 155  
Мартинюк О.М.
55. МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ВИВЕДЕННЯ НА РИНОК ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ 158  
Голодонюк О.М., Мільчева В.В.
56. АНАЛІЗ РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНИХ ФЕСТИВАЛЕЙ В ОДЕСІ 162  
Сорокіна А.Г.
57. УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ КАР'ЄРОЮ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ НОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН 164  
Козак К.Б.
58. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ 166  
Кулаковська Т.А.
59. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ ЯК ЗАСІБ ПОПЕРЕДЖЕННЯ КОНФЛІКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ 168  
Удовиця О.Ф.
60. ТРАНСПОРТНІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ В ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМАХ. Дроздова В.А. 170