

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

Отже, для поліпшення асортиментної політики підприємства ПрАТ «Чумак» необхідно звернути увагу на перспективні стратегічні зони господарювання, які користуються попитом серед споживачів. Таким товаром є асортиментна група «Майонез».

Для розвитку ПрАТ «Чумак» та підвищення обсягів продажів ефективним може бути застосування стратегії розвитку товару, яка передбачає введення в товарний асортимент нових товарних позицій або удосконалення існуючих на існуючому ринку. Підприємству доцільно додати до своєї номенклатури нові види продукції, які виробляються з використанням тих самих технологій і потребують аналогічних маркетингових програм.

ПрАТ «Чумак» має стабільні позиції на ринку, але цього недостатньо з теперішніми темпами розвитку ринкової економіки. Тому підприємство не може розраховувати тільки на існуючі товари, адже смакові вподобання споживачів швидко змінюються, вдосконалюються технології, постійно з'являються конкуренти та багато інших факторів. І тому підприємству бажано розширити асортимент існуючої продукції. Пропонуємо на підприємстві ПрАТ «Чумак» застосувати стратегію концентричної (горизонтальної) диверсифікації.

Література

1. Притиченко Т.І. Практичні аспекти розробки структури товарного портфеля підприємства / Т.І. Притиченко, І.С. Лях // Бізнес Інформ. – 2015. – № 10. – С. 256-265.
2. Офіційний сайт ПрАТ «Чумак» [Електронний ресурс] – URL: <http://ua.chumak.com/>

ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

**Соколюк К.Ю., к.е.н., ст. викл., Долинська О.О., асистент
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Серед проблем залучення інвестицій зі сторони іноземних компаній часто фахівці називають класичні: недосконале та мінливе законодавство, досить несприятлива податкова політика держави, нестабільність економіки та ін. Проте, погоджуємось із думкою Марини Барабаш (інвестиційного банкіра, президента A7 Group, співзасновника Союзу українських підприємців), що однією із ключових проблем є відсутність якісних інвестиційних проектів зі сторони українського бізнесу на фоні світового зростання вільних інвестиційних ресурсів [1].

На думку фахівців у сфері інвестування, якісний інвестиційний проект має містити такі відомості: аналіз діяльності як мінімум за три попередні роки (на наш погляд, краще аналіз показників в динаміці 5-ти років) та прогнози на перспективу (мінімум п'ять років); наявність швидких та якісних комунікацій (бізнес-комунікацій), що наразі в Україні недостатні; наявність кваліфікованої, якісної та мобільної команди (розвинена корпоративна культура)[1].

Наразі, проблема залучення інвестицій як зовнішніх так і внутрішніх значно поглиблюється. На думку Федорчака О.Ф., структура інвестиційних ресурсів за джерелами надходжень наразі не є оптимальною [2]. Так як переважають власні кошти, кошти населення та кредитних установ (рис. 1) (за даними Державної служби статистики України) [3].

Окрім вище вказаних проблем, можна також зазначити й те, що більшість інвесторів (зокрема іноземних), неохоче вкладають кошти в вітчизняні підприємства через відсутність достатньої інформації про об'єкти інвестування: економічна ефективність діяльності, відомості про імідж та репутацію, економічну ситуацію та ін. З іншого боку, підприємцям які бажають залучитися підтримкою як зовнішніх так і внутрішніх інвесторів, недостатньо інформації про існуючих та потенційних інвесторів. Тобто існує певна інформаційно-

комунікаційна «діра». Для її подальшого уникнення, доцільно використовувати інформаційні системи та технології глобальної мережі Інтернет.



Рис. 1 – Динаміка та структура капітальних інвестицій в Україні, млн грн

На наш погляд, доцільно створювати онлайн-платформи диференційовано для кожної галузі економіки з метою покращення взаємозв'язку між інвесторами та українськими підприємцями. Позитивним прикладом є створення Адміністрацією морських портів України (АМПУ) – investinports.com [4]. Даний портал досить структурований та містить усю необхідну інформацію для інвесторів. Ще одним із проявів інформатизації є формування інвестиційного порталу області, де подана інформація щодо наявних інвестиційних проектів, об'єктів інвестування та їх геолокація. Але такі технології більш підходять вже діючим підприємствам, що перебувають на ринку доволі тривалий період, мають історію, імідж та репутацію.

Для підприємців початківців використання мережі Інтернет є, мабуть, найдієвішим способом залучення інвестицій. Розміщення StartUp-ів та подальший їх супровід є початковим етапом. Однією із найпоширеніших та актуальних платформ для українського ринку StartUp-ів є Startup Network. Станом на 25 березня 2020 року на даному ресурсі представлено: 4625 стартапів, 13806 інвестиційних проектів, 3515 заявок на отримання позик та 5341 пропозиція продажу бізнесу (або частини бізнесу) [5].

Алгоритм залучення інвестицій через платформу Startup Network:

- Опублікування інвестиційного проекту.
- Вибір цілей розміщення даного проекту (пошук інвесторів, продаж бізнесу та ін.).
- Представлення проекту інвестору (після проходження модерації).

Особливістю пошуку інвесторів через платформи даного типу є те, що перед представленням інвестиційних проектів інвесторам, воно фільтрується на відповідність вимогам, що висунуті до них. Це економить час на виявлення певних особливостей як самого проекту так і умов залучення інвестицій.

Отже, на даному етапі розвитку економіки, зокрема, за умов поширення інформаційного суспільства, все більшої актуальності набуває практика залучення інвестицій через мережу інтернет. Це сприятиме, в перспективі, реалізації більшості підприємницьких ідей та ініціатив не лише економічного, але й соціального характеру.

Література

1. Барабаш М. Три кроки до залучення інвестицій в український бізнес. Економічна правда. 26 жовтня 2017 року. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2017/10/26/630492/>
2. Федорчак О.Ф. Проблеми формування основних джерел інвестування в Україні. Теорія та практика державного управління. 2017. 1(56), URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2017-1/doc/2/04.pdf>
3. Капітальні інвестиції за джерелами фінансування за 2010-2018 роки. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. АМПУ Інвестиційний портал URL: <http://investinports.com/>
5. Startup Network URL: <https://startup.ua/ua/funding/>

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В АГРАНОМУ СЕКТОРІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Соколюк К.Ю., к.е.н., ст. викладач

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Працями як вітчизняних так і зарубіжних науковців вже давно доведено, що інноваційно-інвестиційна діяльність є основою для соціально-економічного розвитку країн. При цьому, має бути дотримано принцип комплексності та системності. Інноваційно-інвестиційний процес має сприяти не лише реалізації проектів направлених на економічне зростання окремих суб'єктів господарювання, але й на зростання економічного й соціального добробуту населення.

Наразі в Україні, на фоні світової економічної кризи, спостерігається тенденція до зниження чисельності працівників, що здійснюють наукові дослідження (рис.1) [1]. Поряд із цим, відбувається і скорочення частки обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг), у загальному обсязі реалізованої продукції промислових підприємств, зокрема – у 2018 році даний показник склав 0,8. У порівнянні з 2015 та 2010 роками це менше на 0,6 та 3 % відповідно.

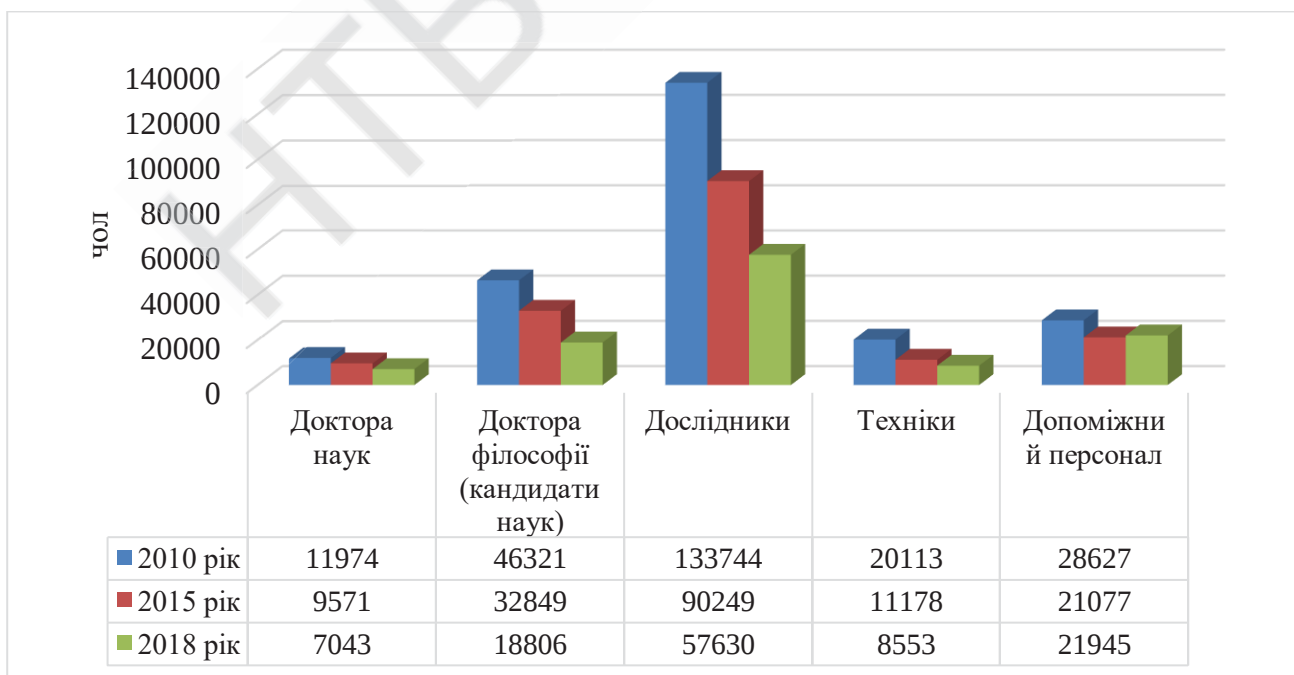


Рис.1 – Динаміка наукових працівників в Україні за категоріями, осіб

У 2018 році було виконано наукових досліджень та розробок на суму 16773,7 млн грн,

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