

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА  
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



**МАТЕРІАЛИ**

**VIII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

*15 – 16 жовтня 2020 р.*

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

*Одеса*

**УДК: 338.43:316.502(477)**

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції 15-16 жовтня 2020 р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2020. – 280 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.

Редакційна колегія:

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. - д.е.н., доц., Савенко І.І. - д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., доц., Каламан О.Б. – к.е.н., доц., Мельник Ю.М. – д.е.н., доц.

3. Шара Є.Ю. Фінансовий облік П. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 408 с.
4. Хмелевська А.В., Незборецька Г.М. Власний капітал за атрибутами об'єкту бухгалтерського обліку. Сталий розвиток економіки. 2011. № 4. С. 192–194.
5. Івченко Л.В., Удовик Н.Л. Власний капітал: джерела формування та функції // Молодий вчений. 2016. № 1(28). Ч. 1. С. 55–59.
6. Іщенко Я.П., Галайда Л.В. Теоретичні основи формування власного капіталу підприємства // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. Вип. 15. Ч. 1. С. 146–148.
7. Катан Л.І. Фінансові ресурси підприємства та особливості їх формування // Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. 2014. № 6. – С. 38–44.
8. Мочан А.О., Бандура З.Л. Власний капітал як об'єкт обліку та аналізу. Глобальні та національні проблеми економіки. Вип.8. 2015. Ст.1144-1148
9. Безкоровайна Л.В. Особливості обліку власного капіталу на підприємствах // Журнал МНУ ім. В.О.Сухомлинського. 2015. Вип. 4 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.global-national.in.ua/archive/4-2015/200.pdf>.

## **КАСТОМІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ**

**Баранюк Х.О., асистент  
Одеська національна академія харчових технологій**

Пріоритетним направленням кожного вітчизняного підприємства, є в першу чергу, забезпечення підвищення рівня його конкурентоспроможності та ефективності діяльності. В умовах нестабільності економіки та постійних змін у функціонуванні підприємств, як у його внутрішньому середовищі, так і зовнішньому, необхідним є пошук нових інструментів забезпечення та підвищення рівня конкурентоспроможності на підприємствах харчової промисловості, в тому числі інструментів маркетингової діяльності. Особливо важливим це є саме для підприємств малого бізнесу, як найбільш мобільної ланки економічної діяльності Одеської області та країни, що розвивається, і в той же час, найбільш не захищеної та нестабільної, але орієнтованої саме на певного споживача та його потреби. Одним із інструментів для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств малого бізнесу харчової промисловості, на який слід звернути увагу, на нашу думку, є саме кастомізація, як ефективний метод маркетингової діяльності.

В сучасних умовах функціонування ринку більшість підприємств малого бізнесу зацікавлені у збільшенні попиту клієнтів на продукцію власного виробництва. Одним із способів зниження тиску з боку конкурентів та зміцнення своєї ринкової позиції через залучення уваги споживачів є

кастомізація [1]. Кастомізація (від англ. *customize* — налаштувати), в широкому розумінні, визначається як «процес адаптації та налаштування продукту під окрему аудиторію чи споживача, об'єднану певними особливостями» [2]. У інших трактуваннях, кастомізація, є похідним від англійського *customer* – клієнт, споживач, та у загальноживаному значенні трактується, як «виготовлення масової продукції під конкретне замовлення споживача шляхом її комплектації додатковим елементом або приладдям» [3].

Кастомізацію розглядають, в першу чергу, як інструмент диференціації пропозиції компанії, створення особливого продукту для вузької цільової аудиторії й залучення нових споживачів [4; 1]. Індивідуально виготовлений для конкретного клієнта (споживача) або вузької групи, товар стає в очах споживача й суспільства більше бажаним і здобуває більшу цінність [1], саме тому дане направлення є особливо цікавим саме для підприємств малого бізнесу в харчовій промисловості. Так, для підприємств харчової промисловості, завданням кастомізації, є в першу чергу, створення у клієнта (споживача) відчуття, що продукт є унікальним, створюється особисто для нього, має неповторні характеристики і повністю задовольняє його особисті потреби. Для продуктів харчової промисловості кастомізація може полягати у наступному вираженні [1]:

- зміна рецептури, в т.ч. за вимогою споживача;
- виготовлення харчових продуктів за унікальним замовленням;
- оформлення харчового продукту за побажанням клієнта (споживача);
- розфасовка на вимогу, з урахуванням необхідної споживачеві кількості, матеріалу пакування, наявності індивідуалізованої етикетки, тощо;
- інше.

На наш погляд, кастомізація на підприємствах харчової промисловості є найбільш ідеальною, коли знаходиться у тісній взаємодії між наступними стадіями процесу: «виробник – постачальник товарів/послуг – клієнт (споживач)». Це є актуальним саме для підприємств малого бізнесу, що можуть організувати та здійснювати процес роботи з клієнтом (споживачем) на протязі всіх стадій взаємодії з ним, таких як:

- прийняття замовлення;
- проведення консультацій;
- обговорення стадій виробництва, в т.ч. можливості залучення клієнта безпосередньо у процес виробництва;
- оформлення продукту;
- виробництва засобів пакування;
- пакування та оформлення кінцевого вигляду продукту в упаковці;
- доставлення продукту клієнту (споживачу).

Зазначені заходи дозволяють не тільки особисто контролювати всі стадії процесу, а й забезпечити конкурентну перевагу завдяки створенню більш високої цінності для клієнта, в т.ч. завдяки уникнення посередників, що можуть знизити якість продукту та загальне представлення о продукті та підприємстві, що займалося його створенням.

На рис.1 представлена класифікація категорії «кастомізація», яка розподіляється, на нашу думку, за такими основними напрямками: масштабом охоплення та якісними ознаками.



Рис. 1 – Класифікація категорії «кастомізація»

На наш погляд, для більш ефективного застосування методу кастомізації на підприємствах малого бізнесу в харчовій промисловості, необхідно розглядати її застосування саме в комплексі, як частину методів аналізу забезпечення рівня конкурентоспроможності підприємств – проведення ЕФК-аналізу, що розроблено та удосконалено нами. Саме тому запропоновано та виділено категорію «кастомізація», сформовано її класифікацію, особливості застосування та можливості – кастомізації бізнесу та оцінювання її рівня для забезпечення та підвищення конкурентоспроможності підприємств малого бізнесу.

### Література

3. Шарко В. В. Кастомізація як напрям підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства // Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 11. С. 556-558.
4. Вікіпедія: [Інтернет-портал]. URL: <https://clck.ru/RrYqb> (дата звернення: 10.09.2020).
5. Piller T. Frank, Tseng M. Mitchell. Handbook of research in Mass Customization and Personalization. Published in two volumes (Part 1: Strategies and Concepts, Part 2: Application and Cases), New York: World Scientific Press, 2010.
6. Chandra S., Kamrani A.K. ( 2004) Mass Customization: Supply Chain Approach. Springer

34	КОМУНІКАТИВНІ КОМПЕТЕНЦІЇ ОСОБИСТОСТІ В КОМАНДНІЙ РОБОТІ Черкаський А.В., к.і.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	92
35	AUTOMOTIVE INDUSTRY IS A PRIORITY DIRECTION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF UKRAINE'S ECONOMY Коліщук О.В., аспірант, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси	95
36	ВПРОВАДЖЕННЯ РЕІНЖИНІРИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ Самофатова В.А., д.е.н, професор, Бачурський О.І., магістрант, ОНАХТ, Одеса	98
37	ІНКЛЮЗИВНА ТРАНСФОРМАЦІЯ АГРОПРОМИСЛОВИХ КОРПОРАЦІЙ УКРАЇНИ Дідух С.М., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	102
38	СВІТОВА ЕКОНОМІЧНА СИСТЕМА ПЕРЕД ГЛОБАЛЬНИМ ВИКЛИКОМ 2020 РОКУ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ Павлов О.І., д.е.н., професор, ОНАХТ, м. Одеса	104
39	АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Яблонська Н.В., к.е.н., доцент, магістрант Лисенко В.А., ОНАХТ, м. Одеса	109
40	РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНИ Мініна В.О., аспірантка, ОНАХТ, м. Одеса	112
41	ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ Крупіна С.В., к.е.н., доцент, магістрант Кравчик Т.Ю., ОНАХТ, м. Одеса	115
42	ОЛІЙНО-ЖИРОВА ПРОМИСЛОВІСТЬ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ Петкова Д.Ф., аспірантка, ОНАХТ, м. Одеса	118
43	ПОТОЧНИЙ СТАН РИНКУ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ Петков О.І., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса	120
44	СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ АПК УКРАЇНИ Федорова Т.С., аспірантка, ОНАХТ, м. Одеса	122
45	ПРОПОЗИЦІЇ СЬОГОДЕННЯ В УПРАВЛІННІ Й РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ Татарик Е. П., асистент, ОНАХТ, м. Одеса	126
46	СХЕМИ ПЕРЕДПРОЄКТОВОГО МОДЕЛЮВАННЯ В ІНВЕСТИЦІЙНОМУ ПРОЄКТУВАННІ Фрум О.Л., к.е.н., ОНАХТ, м. Одеса	131
47	АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА» Купріна Н.М., к.е.н., доцент, каф. ОтаА; Величко О.М., студентка, ОНАХТ, Одеса	133
48	КАСТОМІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВІСТІ Баранюк Х.О., асистент, ОНАХТ, м. Одеса	137
49	МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНКИ РІВНЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ Кулаковська Т.А., к.е.н., доцент, каф. ЕП, ОНАХТ, м. Одеса	140
50	ОБОРОТНІ АКТИВИ ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ АСПЕКТИ КЛАСИФІКАЦІЇ Купріна Н.М., к.е.н., доцент, Васьковська К.О., к.е.н., Величко О.М., студентка ОНАХТ, м. Одеса	143
51	МОДЕРНІЗАЦІЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ – НЕВІДКЛАДНА ПРОБЛЕМА СЬОГОДЕННЯ САВЕНКО І.І., д.е.н., професор, ОНАХТ, м. Одеса	146