

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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



МАТЕРІАЛИ

**ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
19 – 20 ЖОВТНЯ 2021 р.**

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

м. Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції 19-20 жовтня 2021 року. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2021. – 369 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 Мельник Ю.М. - д-р екон. наук, професор,
директор ННПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНАХТ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Купріна Н.М. – д.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Савенко І.І. – д.е.н., проф., Іванченкова Л.В. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Неустроєв Ю.Г. – к.е.н., доц.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

6. В ООН порахували фінансові втрати людства від COVID-19. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/05/4/660132/>

7. Єпіфанова І.Ю., Джеджула В.В. Особливості формування інноваційної стратегії вітчизняними підприємствами. Інноваційні, фінансові та технічні аспекти діяльності підприємств : колективна монографія / за заг. ред. Л.М. Савчук, Марія Фіс. Дніпро: Пороги, 2017. С. 33-42.

ПОКРАЩЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ПрАТ «ЧУМАК»

Статєва М.С., д-р філософії (PhD), старший викладач
Лозовська Г.М., к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

ПрАТ «Чумак» – юридична особа, створена і діє відповідно до законодавства України. Акціонерний капітал розподілений між засновниками, як вітчизняними, так і іноземними, 76 % акцій знаходиться у шведській компанії, а 24 % – в українських партнерів. За п'ять років свого існування «Чумак» перетворився в компанію, яка об'єднує чотири підприємства з виробництва кетчупів, майонезів, соусів, томатної пасти, натурального томатного соку, соняшникової олії, консервованих овочів і фруктів. Почавши виробництво з випуску першої банки помідорів, огірків і кетчупу, ПрАТ «Чумак» на сьогоднішній день виробляє 15 найменування продукції «Чумак» та 15 видів продукції під іншими торговими марками: «Премія» (Фоззі-груп), «Хіт Продукт» (Квіза-трейд), і ін.

**Таблиця 1 – Аналіз структури виробництва продукції
ПрАТ «Чумак»**

Види продукції	Випуск продукції, тонн		Випуск продукції, тис. грн.		Структура, %		Відхилення	
	2019р.	2020р.	2019р.	2020р.	2019р.	2020р.	тонн	тис. грн.
1. Майонез	9712	11340	239416	351436	24,9	25,6	1628	112020
2. Овочі консервовані без оцту	5386	6778	197744	283564	13,8	15,3	1392	85820
3. Макарони	6342	4519	137387	94186	16,3	10,2	-1823	-43201
4. Кетчуп	15500	19303	323131	443024	39,8	43,5	3803	119893
5. Соки	2014	2413	36405	48028	5,2	5,4	399	11623
Всього	38954	44353	934083	1220238	100	100	5399	286155

Всі підприємства намагаються завчасно потурбуватись про визначення різноманітності товарного виробництва та його асортименту. Товарну політику всіх фірм визначає сформований асортимент товарів.

Отже, товарний асортимент – це група товарів, які тісно пов'язані між собою за схожістю їх функціонування, використовують подібні сегменти ринку, види торговельних підприємств або діють в однакових діапазонах цін.

Товарний асортимент характеризується:

- шириною, тобто наявністю асортиментних груп;
- глибиною, тобто наявністю позицій в асортиментній групі.

ПрАТ «Чумак» спеціалізується на виробництві майонезу, овочів консервованих без оцту, макаронів, кетчупу та соків. Аналіз показників, які характеризують асортимент продукції (ширини та глибини) ПрАТ «Чумак» відображено у таблиці 2.

Таблиця 2 – Аналіз ширини та глибини асортименту ПрАТ «Чумак»

Ширина	Довжина	Глибина
1. Майонез	8	25
2. Овочі консервовані без оцту	5	5
3. Макарони	11	14
4. Кетчуп	8	18
5. Соки	5	5

При аналізі асортименту продукції ПрАТ «Чумак» було визначено, що ширина даної номенклатури складає п'ять позицій: майонез, овочі консервовані без оцту, макарони, кетчуп та соки.

Щодо глибини, то було визначено, що по першій групі вона складає вісім позицій, по другій – п'ять позицій, по третій – одинадцять позицій, по четвертій – вісім позицій, по п'ятій – п'ять позицій. Насиченість даної номенклатури складає 37 видів.

Таблиця 3 – Характеристики товарів і маркетингових стратегій згідно з матрицею БКГ

Товар	Характеристика	Маркетингова стратегія
«Дійна корова»	Товар у стадії зрілості, не потребує інвестицій, приносить великий прибуток	Стратегія підтримування. Рекламно-нагадування, цінові знижки, підтримування каналів розподілу, стимулювання збуту.
«Зірка»	Товари - лідери на ринку, прибуток від яких швидко зростає.	Стратегія втримування. Активізація реклами, зниження цін, широке розповсюдження, модифікування.
«Важке дитя»	Проблемний товар. Невелика частка ринку, сильна конкуренція.	Стратегія підсилювання. Інтенсифікація маркетингових зусиль на просування, пошук нових каналів збуту, поліпшення характеристик, зниження цін або вихід з ринку.

«Собака»	Нежиттєздатні товари, які не приносять прибутку.	Стратегія скорочування (елімінування). Мінімізація витрат.
----------	--	---

Далі розрахуємо відносну частку ринку для ПрАТ «Чумак» за допомогою таблиці 4.

Таблиця 4 – Розрахунок відносної частки ринку для ПрАТ «Чумак»

Вид продукту	Частка ринку продаж продуктів компанії, %	Найбільший конкурент	Частка ринку продаж продуктів найбільшого конкурента, %	Відносна частка ринку (ст.2 / ст.4)	Обсяг продажу за 2020 рік, тис. грн
СЗГ №1	5,2	ТМ Щедро, ТМ Торчин	4,41	1,18	351436
СЗГ №2	22,0	ТМ Торчин	27,5	0,8	283564
СЗГ №3	4,5	ПАТ «Макаронна фабрика»	9,0	0,5	94186
СЗГ №4	10,1	ТМ Торчин	8,08	1,25	443024
СЗГ №5	15,8	ТМ Сандора	39,5	0,4	48028

За допомогою розрахованих показників побудуємо матрицю БКГ для продукції ПрАТ «Чумак» (рис. 1).

З побудованої матриці робимо висновок, що:

Стратегічні зони господарювання «Майонез» та «Кетчуп» займають найвигідніші стратегічні позиції – «Дійні корови». Характеризуються отриманням високих прибутків та потребують невеликих інвестицій. Рекомендується застосувати стратегію – підтримання конкурентних переваг.

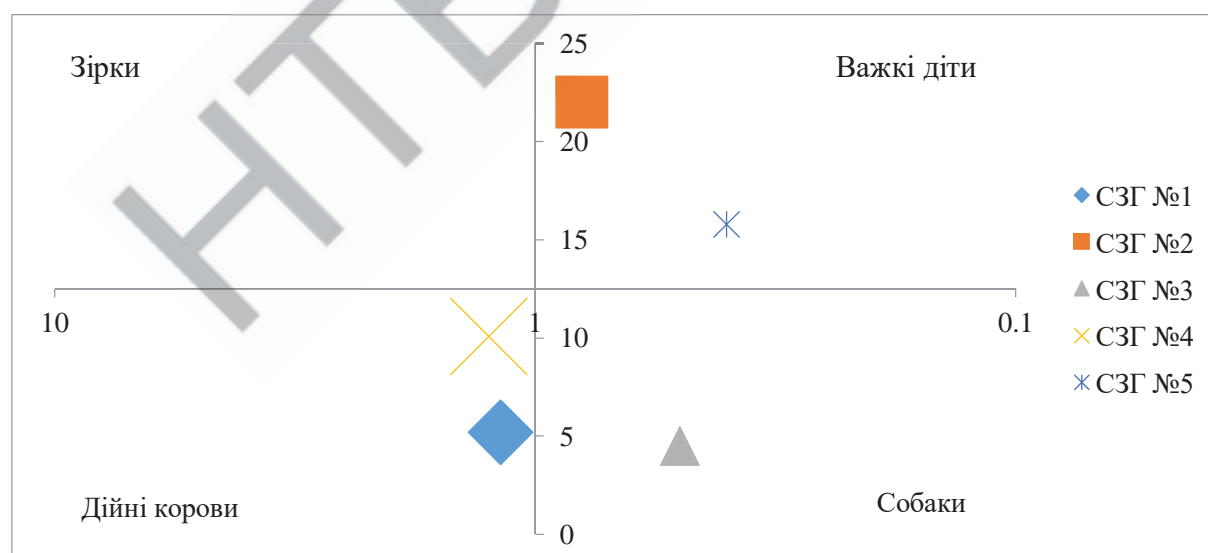


Рис. 1 – Матриця БКГ для продукції ПрАТ «Чумак»

СЗГ №2 «Овочі консервовані без оцту» та СЗГ №5 «Соки» займають місце в стратегічній зоні «Важкі діти», тобто знаходяться в достатньо перспективному ринку збуту та потребують значних інвестицій, які дадуть змогу перейти в іншу стратегічну зону – «Зірки». Рекомендується застосувати стратегію інтенсифікації зусиль (розвитку) після проведення додаткового дослідження стосовно кількості необхідних інвестицій та наявності часу для їх засвоєння.

Стратегічна зона «Макарони» потрапила у квадрант «Собаки», тобто цей сегмент бізнесу знаходиться в неперспективному ринку збуту, має низькі прибутки, низьку конкурентоспроможність та слабкі ринкові позиції. Даний підрозділ не є привабливим для підприємства.

Отже, з проведеного аналізу можна зробити висновок, що для поліпшення асортиментної політики підприємства, ПрАТ «Чумак» необхідно звернути увагу на перспективні стратегічні зони господарювання, які користуються попитом серед споживачів.

Література

1. Офіційний сайт ПрАТ «Чумак». URL: <https://chumak.com> (дата звернення: 15.10.2021).

ЗЕРНОВИЙ РИНОК: СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Березовська Л.В., асистент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Однією з головних цілей держави, а саме економічної безпеки, є продовольча безпека України. У Декларації Всесвітнього саміту з продовольчої безпеки відмічено, що продовольча безпека існує, коли всі люди завжди мають фізичний, соціальний та економічний доступ до достатньої кількості безпечного та поживного продовольства для задоволення своїх дієтичних потреб і харчових переваг для ведення активного і здорового життя.

Зважаючи на те, що саме в Україні зосереджено одну третину родючих чорноземів від світового запасу, серед яких 60 % мають рівнинну форму рельєфу, зернове господарство України є стратегічною і найефективнішою галуззю народного господарства. Зерно і вироблені з нього продукти завжди ліквідні, оскільки становлять основу продовольчої безпеки держави.

Симбіоз кліматичних та едафічних факторів природних умов України дають змогу вирощувати всі види зернових культур і дають змогу отримувати високоякісне продовольче зерно в обсягах, достатніх для забезпечення як внутрішніх потреб, так і формування експортного потенціалу.

	АУДИТ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	
23.	Ступницька Т.М., к.е.н., доцент; Разінін Я.О., магістрант; Стерницький В.М., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	67
	ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА СПРОМОЖНІСТЬ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	
24.	Волощук Ю.О., д.е.н., доцент; Волощук В.Р., д.е.н.; Федорук У.В., аспірант. Подільський державний аграрно-технічний університет, м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна	71
	ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	
25.	Миронюк Н.В., магістрант; Семененко І.І., магістрант. Подільський державний аграрно-технічний університет, м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна	75
	МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНО БЕЗПЕЧНОЇ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	
26.	Савчук О.В., аспірант; Москалюк В.В., аспірант. Подільський державний аграрно-технічний університет, м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна	80
	ПОКРАЩЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ПрАТ «ЧУМАК»	
27.	Статєва М.С., д-р філософії (PhD), ст. викладач; Лозовська Г.М., к.е.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	85
	ЗЕРНОВИЙ РИНОК: СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	
28.	Березовська Л.В., асистент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	88
	ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ В ОЦІНОЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	
29.	Шевченко О.Ю., викладач вищої категорії, Одеський фаховий коледж економіки, права, готельно-ресторанного бізнесу, м. Одеса, Україна	91
	ДИВЕРГЕНТНО-КОНВЕРГЕНТНИЙ ХРОНОТОП ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	
30.	Юшин С.О., д.е.н., професор, головний науковий співробітник, ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААНУ, м. Київ, Україна	95
	АНТИЦИКЛІЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРУ: ІННОВАЦІЇ В МЕТОДОЛОГІЇ	
31.	Кулаковська Т.А., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	100
	ОСНОВНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА	
32.	Крупіна С.В., к.е.н., доцент; Немикіна Л.В., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	102
33.	МОДЕЛЬ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ	105