

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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



МАТЕРІАЛИ

VI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

11 – 13 жовтня 2018 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 ХХІ століття. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції 11-13 жовтня 2018 р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2018. – 327 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ 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:

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 № 2 від 02.10.2018 р.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

2. Постанова КМУ від 11 жовтня 2016 № 780 «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення».
3. Закон України від 28.10.1994 №1284-ХІІ «Про мінімальний споживчий бюджет»
4. Закон України від 22.08.2018 № 2246-VIII «Про Державний бюджет України на 2018 рік»
5. Державний класифікатор соціальних стандартів і нормативів – Режим доступу <https://www.msp.gov.ua/content/socialni-standarti.html?PrintVersion>
6. Писаревська А.К. Основні аспекти формування споживчого кошика в Україні / А.К. Писаревська // Вісник державної фінансової академії: Економічні науки. – 2010. – № 1. – С. 33–39.

ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ З ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ

Мардар М.Р., д.т.н., професор кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі,
Устенко А.Є., студент
Одеська національна академія харчових технологій

Початок власної справи ставить перед майбутнім підприємцем цілу низку питань: як правильно вибрати сферу підприємницької діяльності? Яким чином найдоцільніше вести пошук найраціональніших форм її організації? Як сформулювати вміння орієнтуватися у просторі можливостей, що відкриваються з початком бізнесу? І, звичайно, поява підприємницької ідеї та її подальше втілення вимагає враховувати певні обмеження, оцінювати ринкову кон'юнктуру, вивіряти можливості створюваного підприємства. Передумовою втілення ідеї зі створення власного бізнесу є моделювання майбутньої ситуації. Насамперед зазначимо, що "модель" сприймається нами як копія, форма, схема, що відбиває основні властивості та якісні ознаки реального об'єкта у спрощеному вигляді. З цього можна зробити висновок, що моделювання майбутньої підприємницької діяльності – це чітке уявлення про послідовні кроки роботи зі створення і подальшого розвитку бізнесу. Наведемо бізнес-ідею у вигляді карти (рис. 1).

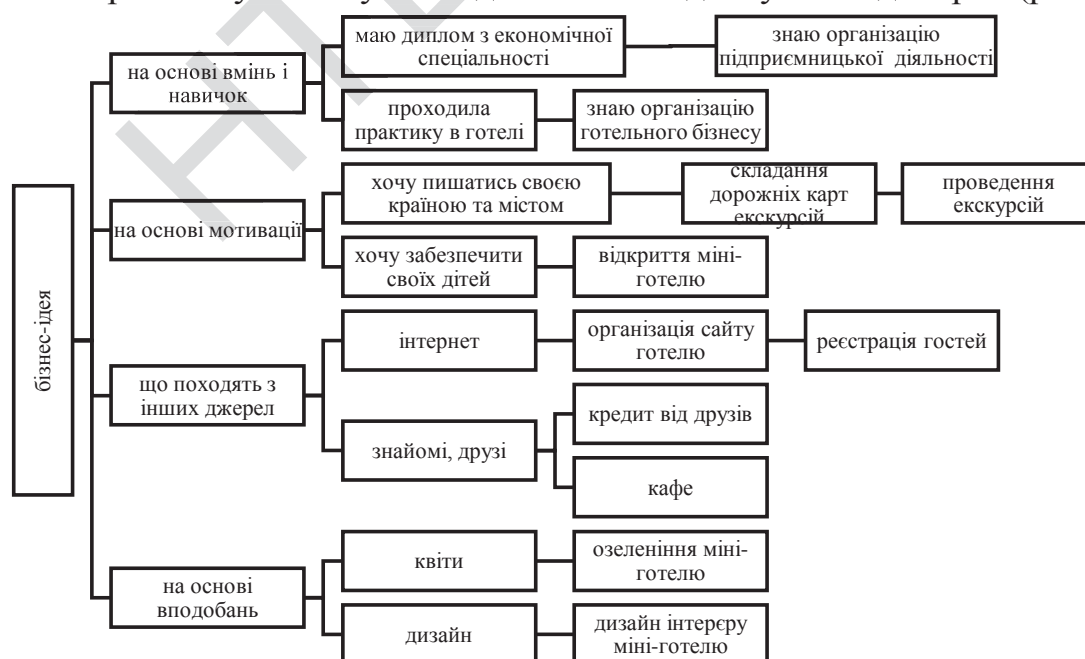


Рис. 1 – Карта бізнес-ідеї

Наука і практика розробила чимало методів творчого (евристичного) пошуку підприємницької ідеї. Це метод аналогії, метод інверсії, метод ідеалізації, метод "мозкового штурму", метод конференції ідей та інші.

Зупинимося детальніше на одному із методів розробки комерційних ідей – методі, який базується на використанні так званої карти ідей. Використання карти ідей – це удосконалений варіант методу розумового штурму. Суть його полягає у тому, що виконується низка дій, які можна об'єднати у певні етапи (так звані кроки) [1, 2].

1-й крок: заповнення карти ідей (рис. 2) і вибір пріоритетної позиції.

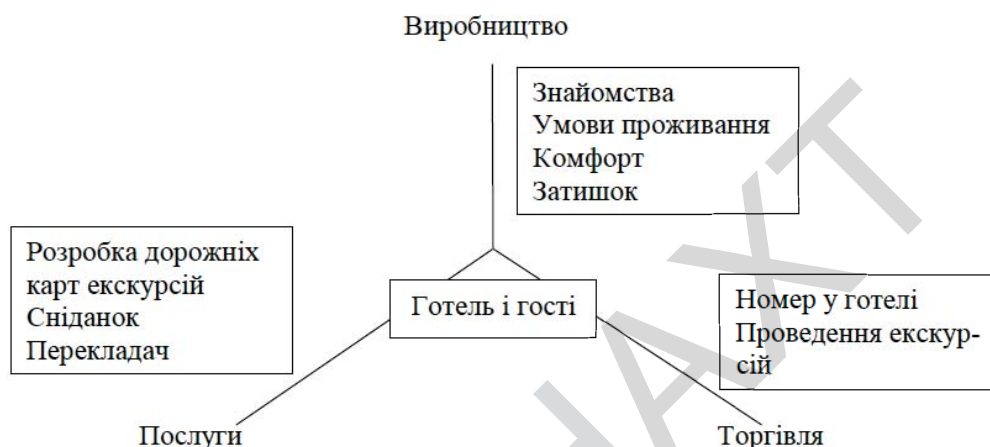


Рис. 2 – Карта комерційної ідеї

За напрямком «виробництво» розробник може запропонувати такі позиції: знайомства, умови проживання, комфорт, затишок. За напрямком «послуги» - розробка дорожніх карт екскурсій, сніданок, перекладач. За напрямком «торгівля» - номер у готелі, проведення екскурсій. Як видно, запропоновано 9 позицій використання готелю та гостей в майбутній комерційній ідеї. Із запропонованих позицій розробник вибирає саме ту, яка йому більш відома.

2-й крок: формування потенційної підприємницької ідеї з врахуванням того, які саме проблеми можуть бути вирішені у випадку реалізації даної комерційної ідеї (табл. 1).

Таблиця 1 – Потенційні комерційні ідеї та проблеми

| Потенційна підприємницька ідея | Які проблеми вирішуються? |
|--|--|
| 1. Відкриття та організація міні-готелю | Більше місць для проживання, більше можливостей забронювати кімнату в готелі |
| | Створення нових робочих місць |
| | З підвищенням конкуренції поліпшується якість послуг в сфері гостинності та туризму |
| | Вирішується проблема самотності (знайомства з іншими гостями готелю) |
| | Вирішується матеріальна проблема (середній ціновий сегмент – співвідношення ціна/якість) |
| | Залучаються туристи до міста |
| | Підвищується інвестиційна привабливість регіону |
| | Розвивається туристичний південний регіону |
| 2. Розробка дорожніх карт екскурсій, туристичних маршрутів | Проводяться цікаві екскурсії |
| | Люди знайомляться |
| | Організовується дозвілля гостей готелю та міста |
| | Підтримуються національні традиції, культура, духовна спадщина |

3-й крок: уточнення потенційної комерційної ідеї з врахуванням можливих змін в потребах, смаках та уподобаннях споживачів (табл. 2).

Таблиця 2 – Врахування змін в потребах, смаках та уподобаннях споживачів при розробці комерційної ідеї

| Зміни | Конкретні зміни | Нові можливості, які відкриваються при врахуванні змін |
|-----------------------------|--|--|
| стилю життя людей | 1. підвищення добробуту людей 2. підвищення самооцінки 3. підвищення ролі особистості | 1. подорож до іншого міста, країни 2. знайомства людей 3. активний відпочинок |
| вікової структури населення | 1. більше людей подорожує 2. з часом більше вільного часу 3. з часом люди стають більш заможними, вибагливими | 1. більше людей проводять активний відпочинок (подорож) 2. з часом більше вільного часу на подорожі 3. більшості знадобляться більш комфортні умови проживання в подорожі |
| моди | 1. прагнуть вести здоровий спосіб життя 2. різний дизайн в кімнатах готелю | 1. Якісний здоровий сніданок для здорового способу життя 2. дизайн за порами року |
| технологій | 1. розробка нових туристичних маршрутів екскурсій 2. додаток до мобільного телефону з реєстрації та проведення дозвілля 3. інклюзивне обслуговування кожного гостя | 1. цікаві піші туристичні маршрути 2. більш швидкий вибір резервування кімнати в готелі з організацією дозвілля 3. в номерах встановлюються спеціальні системи запам'ятовування переваг клієнта - улюблену музику, комфортний мікроклімат і яскравість освітлення, температуру води у ванні і повітря в номері |

На підставі аналізу всіх цих змін формулюється уточнена підприємницька (комерційна) ідея. Сформулюємо її так: «Організація власної справи з відкриття міні-готелю, в послуги якого входять подача здорового сніданку, номери з дизайном за порами року. Додаткові послуги: організація дозвілля, активного відпочинку (пропонуються цікаві піші екскурсії містом)»

4-й крок: удосконалення потенційної комерційної ідеї з метою надання їй більш привабливих рис. Сформулюємо додаткові блага: за додаткову плату в номерах встановлюються спеціальні системи запам'ятовування переваг клієнта (улюблена музика, комфортний мікроклімат і яскравість освітлення, температура води у ванні і повітря в номері). Це і є новий, більш якісний варіант підприємницької ідеї.

5-й крок: вдосконалення підприємницької ідеї за рахунок внесення в цю ідею спеціальних знань та навичок самого розробника.

В нашому випадку сам підприємець розбирається в економічних питаннях та комфортне почувається в розмові з людьми – комунікабельний. Тому він буде займатися введенням в дію міні-готелю і вести всі економічні розрахунки витрат і прибутку. Далі вітати гостей готелю від імені господаря. А також може розробити дизайн номерів для гостей і самого міні-готелю.

6-й крок: оцінювання підприємницької ідеї на предмет можливості її реалізації.

Після того, як підприємницька ідея в основному сформована, необхідно провести її оцінювання. Для цього розробнику може стати в нагоді таблиця з питаннями, на які потрібно відповісти.

Після складання карти ідей можна зробити висновок: організація власної справи з відкриття міні-готелю, в послуги якого входять подача здорового сніданку, номери з дизайном за порами року, за додаткову плату в номерах встановлюються спеціальні системи запам'ятовування переваг клієнта (улюблена музика, комфортний мікроклімат і яскравість освітлення, температура води у ванні і повітря в номері). Додаткові послуги: організація дозвілля, активного відпочинку (пропонуються цікаві піші екскурсії містом)».

Інформація, необхідна для організації власного бізнесу, може бути отримана шляхом самостійного дослідження ринкової кон'юнктури. Його складовими виступають вивчення товарних і ресурсних ринків, коливань попиту і пропозиції на них, зміни цін товарів. Крім того, аналізується макроекономічне середовище, вивчається мотивація учасників ринкових відносин. Головним напрямком цих досліджень має стати комплексне вивчення ринку, динаміки його складових, потенційної і реальної ємності.

Література

1. Рогач С.М., Гуцул Т.А., Ткачук В.А. та ін. Економіка і підприємництво, менеджмент - Київ: Видавничий центр НУБіП України, 2015. – 726 с.
2. Зарубинский В. М. Бизнес-планирование развития предприятия (фаза планирования) / В. М. Зарубинский // Финансовый менеджмент. – 2005. - № 1. – С. 41–57.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ НА РИНКУ РІДКІСНИХ ГАЗІВ

Вігуржиська С.Ю., к.е.н., доцент кафедри управління бізнесом,
Колесник В.І. к.е.н., доцент кафедри управління бізнесом
Одеська національна академія харчових технологій

Європейська спрямованість України припускає необхідність функціонування її у високотехнологічному конкурентному середовищі і вимагає реалізації інноваційної моделі розвитку економіки. Інноваційна політика будь-якого підприємства спрямована на його довгострокове існування, отримання прибутку і задоволення запитів і потреб, що постійно міняються. Важливість такої політики полягає в ухваленні правильного управлінського рішення в інноваційній діяльності з метою забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках. Управління інноваційними процесами здійснюються у рамках організаційних структур управління, які є формою, за допомогою якої регулюється керівна і сумлінна діяльність фахівців, а також здійснюється інтеграція науки з виробництвом.

Науково-практичний інтерес представляють матеріали, що стосуються інвестування засобів виробництва, тобто вкладення засобів у виробничий капітал та технологічні інновації. Здатність робити наукомістку продукцію з високою доданою вартістю і можливість формування експортного потенціалу є основними напрямками реалізації інноваційної стратегії економічного зростання. Такі виробництва базуються на прогресивних науково-технічних досягненнях і новітніх дослідно-конструкторських роботах. На відміну від розвинених країн, де приріст ВВП на 85-90% досягається за рахунок виробництва і експорту наукомісткої продукції, економіка України розвивається без істотного використання результатів наукових досліджень. Світовий ринок високотехнологічної продукції оцінюється в \$2,5...3,0 трильйона, в яких доля нашої країни не перевищує часток проценту. Причому цей сектор представлений переважно продукцією аграрного комплексу і авіаційної промисловості.

66. ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ ДЕРЖАВИ 167
Копайгородська Т.Г., викладач-методист економічних дисциплін,
Кухарук А.А., викладач економічних дисциплін першої категорії
Одеський технічний коледж
67. ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ З ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ 170
Мардар М.Р., д.т.н., професор кафедри, Устенко А.Є., студент, ОНАХТ
68. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ НА РИНКУ РІДКІСНИХ ГАЗІВ 173
Вігуржиська С.Ю., к.е.н., доцент, Колесник В.І. к.е.н., доцент, ОНАХТ
69. СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ 175
Бровкіна Ю.О., к.е.н., доцент, Козопас Є.С., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса
70. ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ БІЗНЕС-СТРУКТУР В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ 176
Лайко О.І., д.е.н., старший науковий співробітник, заступник директора з наукової роботи Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України
71. МАРКЕТИНГОВЕ ОБГРУНТУВАННЯ МАЛОГО ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ТА ОПІНКА ЙОГО РИЗИКІВ 179
Устенко І.А., к.т.н., доцент, Черевата Т.М., к.с/г.н., доцент, Рунтова Т.П., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса
72. ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ 183
Васильєва О.О., кандидат фізико-математичних наук, доцент
Запорізький національний технічний університет
73. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ 186
Басюркіна Н.Й., д.е.н., доцент, завідувач кафедри, ОНАХТ, м. Одеса
74. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ 189
Лаголієнко В.В. л.е.н., професор, завідувач кафедри, Голодонюк О.М., ст. викладач, Мільчева В.В., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса
75. ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЗАТРАТ НА ЭТАПАХ ХРАНЕНИЯ И ТРАНСПОРТИРОВКЕ ЗЕРНОВЫХ ГРУЗОВ В УКРАИНЕ 192
Ткачев В.А., заместитель директора ООО ТД Дельта Вилмар по логистике
76. СИСТЕМА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА: ОПЕРАЦИОНАЛЬНАЯ ЗАМКНУТОСТЬ И ВОЗМОЖНОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЦЕПОЧЕК ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ 194
Звирков О.Е., аспирант, ОНУ им. И.И. Мечникова
77. НЕКОТОРЫЕ МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ: МЕРА И МАТЕМАТИЧЕСКИЕ КОНСТАНТЫ 196
Егорова-Гудкова Т.И., к.э.н., доцент,
Одесский национальный университет им. И.И. Мечникова
78. ДЕЯКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА 199
Бровкіна Ю.О., к.е.н., доцент, Крупська К.О., Король В.О., магістранти
ОНАХТ, м. Одеса
79. МЕТОДИЧНІ ПРИЙОМИ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ 201
Іванченкова Л.В., к.е.н., доцент ОНАХТ, м. Одеса
80. ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 204
Бровкіна Ю.О., к.е.н., доцент, Каргіна К.Д., Карпов П.М., магістранти
ОНАХТ, м. Одеса