

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

високих результатів. Забезпечити цю можливість дають такі методи ведення спільної діяльності як віртуальні та мережеві організації, які завдяки інтернет-простору здатні практично без витрат зібрати всіх зацікавлених у вирішенні завдання людей.

Переваги краудсорсингу:

- по-перше – масштабність, доступ до результатів праці практично необмеженої аудиторії дозволяє швидко створювати глобальний продукт;

- по-друге, можливість розділити свої бізнес-ризик з іншими учасниками та виконавцями завдань. У більшості випадків виконавець якщо і отримує оплату за свою працю, то вже з прибутку, яку він приніс бізнесу;

- по-третє, це отримання додаткового прибутку за рахунок регіонального різниці, наприклад у рівні життя, що дає можливість залучати більш дешеву віддалену робочу силу.

Система управління бізнесом Knowledge Management (управління знаннями) об'єднує всі вищезазначені технології, а також призводить до синергії ключових бізнес-процесів, таких як: планування, фінанси, маркетинг, управління ланцюгами постачання і продажами, HR.

Систематизація знань всередині компанії допомагає:

- уникнути помилок, які можуть дорого коштувати;

- використовувати найбільш ефективні практичні рішення;

- прискорити процеси розробки рішень;

- зберегти знання як актив після виходу співробітників з компанії і скоротити час входження в курс справи нових співробітників.

Все це дозволяє в умовах жорсткої конкурентної боротьби при обмежених ресурсах швидко знаходити проривні ідеї, рішення, інновації, винаходи. Ті компанії, які зуміли об'єднати та інтегрувати у своїй діяльності ці методи, виграють у довгостроковій перспективі.

Література

1. Кевин Робертс «Менеджмент умер. Маркетинг умер. Стратегия умерла» // Лекция. <https://republic.ru/posts/l/821687>
2. Виханский О. Менеджмент мертв. Следующий – маркетинг // «Коммерсантъ Деньги». – 2002. – № 6. – С. 41.
3. Ричард Фарсон «Менеджмент абсурда». Софія, – 2006, – 192 с.
4. Фаткин Л. Утопії, міфи та ілюзії менеджменту // Проблеми теорії і практики управління. – 2001. – №5. – С. 92-96.
5. Романов И. Менеджмент военного времени // Управление компанией. – 2009. <https://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=005722>

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Каламан О.Б., к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Виноробна промисловість України є стратегічною галуззю. Однією з актуальних проблем функціонування організацій виноробної галузі виступає оцінка ефективності їх діяльності. Загальновизнано, що ефективність діяльності організацій, яка характеризує співвідношення показників результату і витрат, оцінюється за допомогою проведення аналітичного дослідження рентабельності економічного суб'єкта. Однак щодо класифікаційних груп і складу можливої до застосування системи показників рентабельності думки різняться. З точки зору значущості показників ефективності і ступеня узагальнення оцінки в досліджуваних системах показників виділяють головні (узагальнюючі), покликані охарактеризувати рівень досягнення стратегічних завдань, і додаткові (функціональні)

показники, завдання яких полягає в характеристиці певних сторін діяльності підприємства і виявлення резервів ефективності.

На думку Д. Парменстер, система показників ефективності повинна бути розширена за складом класифікаційних груп і повинна складатися з трьох груп: 1) ключові показники результативності, призначення яких – охарактеризувати стан організації в цілому, однак вони не забезпечують менеджмент інформацією про те, як поліпшити досягнутий результат; 2) виробничі показники: їхнє завдання полягає у відображенні ефективності діяльності підрозділів за допомогою фінансових і нефінансових показників. Саме вони здатні поліпшити значення ключових показників результативності; 3) ключові показники ефективності – найбільш важливі показники ефективності діяльності підрозділів, здатні забезпечити в майбутньому відчутний для підприємства зростання показників результативності [1].

Основною причиною виділеною Д. Парменстером названих груп в системі показників ефективності є необхідність розмежування ключових показників ефективності від ряду інших фінансових показників, які помилково відносять найчастіше до ключових показників ефективності. Поняття «ключові» має застосовуватися до показників, які виступають як «найбільш важливі показники, що характеризують ефективність діяльності компанії в цілому» [2].

Ключові показники результативності, що вимірюють ступінь досягнення намічених цілей їй, називаються цільовими ключовими показниками результативності. Інші ключові показники результативності, покликані охарактеризувати фінансовий стан підприємства в цілому, Е.В. Лисицина і Г.С. Токаренко віднесли до групи показників обмеженої результативності [2].

Кожному етапу життєвого циклу організації властива своя стратегічна мета. Залежність стратегічних цілей від етапу життєвого циклу визначає використовувані в якості цільових ключових показників результативності групи показників на кожному з етапів. Так, на етапі впровадження (юність) в якості стратегічної мети виступає виживання компанії, що обґрунтовує вибір в якості цільових ключових показників результативності таких показників результативності як виручка, прибуток, витрати. На етапі зростання (розквіту) над іншими цілями і інтересами превалюють мета зростання, при цьому використовуються показники рентабельності, а саме рентабельність власного капіталу, активів, продажів, вкладеного капіталу. На етапі зрілості на перший план виходять цілі розвитку компанії, ступінь досягнення яких може бути виміряна за допомогою економічної доданої вартості, доданої вартості грошового потоку, рентабельністю інвестицій грошового потоку або однієї зі змішаних систем оцінки (наприклад, за допомогою, збалансованої системи показників) [2].

Відповідно, на кожній стадії життєвого циклу вищий менеджмент організації повинен істотно коректувати систему показників, яка використовується для оцінки ефективності її діяльності з метою планування і прогнозування. З точки зору перспективності діяльності організації найбільш цікавою, на наш погляд, виступає стадія зростання, для якої властиві високі темпи зростання виручки і прибутку, позитивні грошові потоки і темпи зростання частки ринку. Етап зрілості також характеризується високими значеннями показників виручка від реалізації і прибуток, однак при цьому не спостерігається позитивних темпів зростання даних показників, а також відсутній потенціал щодо розширення діяльності. Така особливість виноробної галузі як тривалість виробничого процесу - процесу переробки сировини, вимагає пильної уваги до показників рентабельності, зокрема до рівня рентабельності продажів: сфери, в яких повільно обертається капітал, повинні мати високий рівень рентабельності продажів для того, щоб заробити необхідну норму прибутковості на вкладений капітал. Ключовими показниками результативності на стадії зростання є показники рентабельності, за допомогою яких можливо вимірити прибутковість відповідно до інтересів учасників економічного процесу.

З усіх показників рентабельності найбільш важливим, «в якому фокусуються всі сторони діяльності підприємства», виступає рентабельність власного капіталу [3]. Такі

показники ефективності діяльності як рентабельність сукупного капіталу, рентабельність операційного капіталу, рентабельність продажів, рентабельність активів і маржинальна рентабельність є факторами впливу на рентабельність власного капіталу. Зазначений взаємозв'язок показників рентабельності підтверджується структурованою системою показників рентабельності, обґрунтованої Г.В. Савицькою [3]. Додатковим підтвердженням можливості визнання рентабельності власного капіталу в якості цільового ключового показника результативності виступає той факт, що зростання даного показника є метою власників організацій.

Основними проблемами у фінансовому стані виступають поряд з низькою рентабельністю власного капіталу такі характеристики як низькі платоспроможність і фінансова стійкість [4; 5]. Свідчити про можливість виникнення названих негативних тенденцій в фінансовому стані підприємства може наступна динаміка внутрішніх індикаторів раннього попередження: зниження коефіцієнтів ліквідності; скорочення чистого оборотного капіталу або його негативна величина; зниження коефіцієнта автономії; зростання періоду обороту поточних активів. Відповідно, показниками обмеженої результативності, що характеризують фінансовий стан підприємства в цілому, можуть бути коефіцієнти ліквідності, чистий оборотний капітал, коефіцієнт автономії і період обороту поточних активів.

В якості критеріїв при визначення вартості і складу виробничих показників, на наш погляд, повинні виступити основні і допоміжні види діяльності виноробної організації. Класифікація видів діяльності досліджуваної галузі на праймаративні (від англ. *primari* – основний, первинний) і конд'юзивні (від англ. *conducive* – сприятливий) забезпечить для формованої системи показників виконання такої вимоги як системний підхід до оцінки діяльності організацій. До праймаративних видів діяльності підприємств виноробної галузі відносять види діяльності, що забезпечують отримання фінансового результату, а саме операційна, фінансова та інвестиційна діяльність, тоді як конд'юзивні види діяльності це організаційна, інноваційна, рекламна і туристична діяльність, які сприяють ефективному функціонуванню бізнес-процесів першої групи [6]. В рамках операційної діяльності в якості виробничих показників повинні розглядатися валовий прибуток, загальні та адміністративні витрати і комерційні витрати.

Література

1. Парментер Д. Ключові показники ефективності. Розробка, впровадження та застосування вирішальних показників / [Пер. з англ. А. Платонова]. – М.: ЗАТ «Олімп-Бізнес», – 2008. – 288 с.
2. Лісіцина Є.В., Токаренко Г.С. Ключові показники результативності в системі показників ефективності діяльності компанії / Є.В. Лісіцина, Г.С. Токаренко / Фінансовий менеджмент. – 2012. – № 4. – С.13-27.
3. Савицька Г.В. Показники фінансової ефективності підприємницької діяльності: обґрунтування і методика розрахунку / Г.В. Савицька / Економічний аналіз: теорія і практика. – 2012. – № 39. – С.14- 22.
4. Васіна А.А. Фінансова діагностика і оцінка проектів. – СПб.: Пітер. – 2004. – 448 с.
5. Воронцова Е.А. Проблеми застосування коефіцієнтного методу аналізу фінансової стійкості підприємства в сучасних умовах / Е.А. Воронцова / Вектор економіки. – 2017. – № 11.
6. Дойчева К.С. Система оцінки ефективності діяльності підприємств виноробної промисловості / К.С. Дойчева / Соціально-економічні явища і процеси. – 2013. – № 1 (047). – С. 63-67.

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