

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

досягти шляхом поєднання обох методів. В цьому випадку отримують своєрідну матрицю виду, рис.2. Не всі клітини матриці можуть бути заповненими, але склад матриці допоможе визначити характеристики кожного виду продукції.

	X	Y	Z
A	AX	AY	AZ
B	BX	BY	BZ
C	CX	CY	CZ

↑ Частка виручки (прибутку)

← Стабільність продажів

Рис. 2 – Матриця ABC-XYZ

Класифікація продукції дає можливість визначити найбільш вагомі і важливі види продукції, які необхідно постійно контролювати і слідкувати за рівнем їх цін. Дані про обсяги продажів видів продукції дають можливість побудувати моделі прогнозу, що в свою чергу, забезпечить інформацією задачу оптимізації плану випуску продукції в асортименті, в якій будуть враховані технічні, сировинні, трудові ресурси підприємства. Таким чином, управління асортиментом продукції може бути автоматизовано шляхом розв'язання низки взаємозв'язаних задач, що забезпечить його високу ефективність.

#### Література

1. Біленький О.Ю. Вдосконалення системи управління асортиментом продукції: напрями та результативність.// Вісник ОНУ ім. І.І. Мечнікова. 2013. Т.18. Вип. 1/1. С. 31-37
2. Промисловість. Виробництво промислової продукції за видами. Державний комітет статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Верба В.А., Ліщинська В.В. Оптимізація товарного портфеля як чинник підвищення ефективності виробничого підприємства.//Проблеми економіки. 2014. № 4. С. 262-267

## ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

Свістун Т.В., к.е.н., доцент кафедри управління бізнесом,  
Мороз Д.О., магістрант кафедри управління бізнесом  
Одеська національна академія харчових технологій

Особливим предметом дослідження ринку м'ясопереробної промисловості є його кон'юнктура. Кон'юнктура ринку – це сукупність технічних, економічних, громадських та юридичних умов, які визначають виробництво, попит і ціни на товари, незалежно від господарюючих суб'єктів [2, с.26].

Виробництво м'ясних продуктів (свинини, великої рогатої худоби і т. П.) в одному році обсяг виробництва виростає, в наступному падає. Але якщо порівнювати 2017 рік з 2011-им, то помітно, що загальний тренд - падіння виробництва.

Проте, при зниженні виробництва зростає експорт (за рахунок птиці). Імпорт теж підвищується завдяки тій же птиці, і швидше за експорт, що цілком зрозуміло: попит залишається тим самим і навіть збільшується, а своє виробництво зменшується.

Тенденція різкого зростання цін спостерігається не тільки помісячно, а й по роках. Цінове співвідношення залишається таким же: мінімум платять за птицю і максимум за ковбаси.

У 2017 році середня ціна птиці підвищилася на 97% у порівнянні з 2011 р. У порівнянні з 2016 - на 21%.

Ціни на м'ясо ВРХ (великої рогатої худоби), свинину і сосиски з сардельками йдуть майже врівень, і в 2017 у порівнянні з 2011 зростання становить понад 100%, а в порівнянні з 2016 - 30%.

Найдорожчі продукти - напівкопчені і копчені ковбаси. Середня ціна в 2017 більше вартості в 2011 році на 102%, і більше ціни в 2016 - на 27%. Виробництво з 2011-го до 2017 року рухається по плавною кривою і в цілому йде на спад. Так само справи йдуть зі свининою і субпродуктами. У 2017 році виробники виробили 1344.8 тис. т. м'яса всіх сортів. Птиця змінюється по більше: обсяги то ростуть, то падають. У порівнянні з 2016 роком виробництво курятини знизилось на 12%, досягши значення 878.7 тис. тон. Обсяг випуску та реалізації птиці в 2 рази більше сумарного обсягу всіх інших сортів. Це співвідношення зберігається протягом усього періоду з 2011-го по 2017 рік.

Експорт свинини в 2017 трохи відновився: він більше на 55%, ніж показник 2016 року. Але все-таки в порівнянні з 2015 роком він сильно впав. На цифри вплинула епідемія африканської чуми, що вразила свиней в 2016.

Експорт м'яса великої рогатої худоби теж зростає, хоча і більш повільними темпами, ніж вивезення курятини. У 2017 році Україна продала за кордон 41 875 т. м'яса ВРХ. У 2015 році експорт ВРХ склав 32 065 т., а в 2016 - 35 084 т. Послідовне зростання експорту склав 9% і 19% відповідно.

Імпорт в 2017 році виріс ще різкішими темпами, якщо говорити про курятину. У порівнянні з 2016 роком він збільшився на 42%, а з 2015 - на 93%. Вина цьому – події на Сході і відсторонні виробничі потужності. Однак ці події не вплинули на інші види м'яса - наприклад, великої рогатої худоби та субпродукти. Ввезення м'яса ВРХ знизилось на 18%, а ввезення другого найменування збільшився на всього лише 1% (Рис.4).

В імпорті велика частина займає птиця (курятини) - 66%. Частка інших продуктів набагато нижче. Причиною такого переважання птиці можна назвати великий споживчий попит:

- це найдешевший і доступний товар у порівнянні з іншими продуктами;
- курятини містить мало калорій і при цьому досить живильна.

Кабінет Міністрів в лютому 2018 року підписав програми щодо державної підтримки агрокультури. Сума дотацій складе більше 6 млрд грн. Найбільше грошей буде направлено на розвиток тваринництва. З них 2.5 млрд грн піде на зведення фабрик і ферм. Фінанси надаються у формі кредитів на 5 років, або з компенсацією 30% побудованих потужностей.

Дотації на дійних корів для юросіб рівні 1 500 грн на одну тварину, а для приватників - 2500 грн. Також спонсоруватиметься виробництво української сільгосптехніки.

Ситуація зі свининою продовжує залишатися напруженою. В січні 2018 року в країні зафіксували 27 вогнищ захворювання АЧС - африканську чуму свиней. У

2017 році підраховали 163 випадки. АЧС принесла збитків більш ніж 1 млрд грн. Тому свинина в 2019 році буде коштувати ще дорожче.

Стан ринку м'яса і м'ясних виробів все ще не виглядає стабільним. Птах стала провідним продуктом що у виробництві, що в споживчому попиті. Незважаючи на загальне зниження попиту, Україна займає все більш високі позиції в експорті м'яса (а саме птиці). Нове покоління прагне вибирати найкраще з доступних продуктів, і не дивлячись на зниження купівельної спроможності в країні, все ж споживачі хочуть вибирати якісні продукти. До цього додався тренд «екологічне виробництво». Західні експерти вважають, що Україна може зайняти ключові позиції на ринку ще і завдяки технологіям виробництва з мінімальним використанням хімії.

#### Література

1. Корепанов О.С. До питання про становлення поняття економічної кон'юнктури / Корепанов О.С. // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – 2009. – № 869. – С. 26-31.
2. Офіційний сайт державного комітету статистики України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Офіційний сайт агентства "Колоро"- [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/ukrainskiy-rynok-myasa-i-kolbasy-analiz.html>
4. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minagro.kiev.ua>.
5. Ковальов А.І. Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні. Монографія / А.І. Ковальова. - Одеса: Атлант, 2010. – 266 с.

### ФАКТОРИ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ АКТИВНІСТЬ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Відоменко І.О., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і логістики,

Гордієнко Л.Л., к.т.н., доцент кафедри менеджменту і логістики

Одеська національна академія харчових технологій

Кризовий стан економіки України вимагає пошуку дієвих шляхів виходу з нього, найбільш ефективним з яких є активізація інвестиційної діяльності різних суб'єктів господарювання. За даними держкомстату України [1-2], починаючи з 2016 року, відбувається поступове збільшення капітальних інвестицій в економіку країни: в 2016 році – на 18 %, в 2017 році – на 22,1 %, за I півріччя 2018 року – на 26,5 %, по відношенню до аналогічного періоду попереднього року. Однак в харчовій промисловості, після значного сплеску в 2016 році (на 57,15 %), темп зростання обсягу капітальних інвестицій знову показав від'ємне значення (-11,1 % по відношенню до попереднього року). В той же час, харчова промисловість є соціально значущим сегментом української економіки, а її розвиток дасть можливість перейти від сировинного експорту до експорту готової продукції. Саме тому обрана тема дослідження, яка присвячена питанням активізації інвестиційної активності харчових підприємств, є актуальною.

Проблемам інвестування та інвестиційної активності присвячено багато робіт як закордонних, так і вітчизняних науковців серед яких: Бланк І.О. (наведено теоретичні аспекти активізації інвестиційної діяльності підприємств)

34.	УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ Дурбалова Н. І., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса	90
35.	СУТНІСТЬ РУРАЛІЗМУ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ Павлов О. І., д.е.н., професор, завідувач кафедри, ОНАХТ, м. Одеса	91
36.	ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВЫЯВЛЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ О.Г. Винник, старший преподаватель, Н.В. Кирьянчикова, студент Гомельский государственный технический университет им. П.О. Сухого	96
37.	ПОРТФЕЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ Дьяченко Ю.В., старший викладач, ОНАХТ, м. Одеса	99
38.	АНАЛІЗ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ НАБОРУ СУХИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ Мардар М.Р., д.т.н., професор, Статєва М.С., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса	102
39.	ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ Крупіна С.В., к.е.н., доцент, Яблонська Н.В., к.е.н., доцент, ОНАХТ	104
40.	СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕФЕКТИВНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ Васьковська К.О., к.е.н., ст. викладач, Стецюк В.М., магістрант, ОНАХТ,	107
41.	РОЗВИТОК АГРОХОЛДІНГІВ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ: ЗДОБУТКИ І ВИКЛИКИ Дідух С.М., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	109
42.	ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ Відоменко І.О. к.е.н., доцент, Кондратюк Н.С., магістрант, ОНАХТ	111
43.	БРЕНДИНГ БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНИХ РЫНКАХ Соловьева Л.Л., к.э.н., доцент, Домород А.В. старший преподаватель Гомельский государственный технический университет им. П.О.Сухого	113
44.	ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЦЕДУР ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ Кухарук А.А., викладач екон. дисциплін першої категорії, Коробкіна О.В., викладач-методист економічних дисциплін Одеський технічний коледж	116
45.	ПОЗИТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ВИРОБНИЦТВІ І ВИКОРИСТАННІ БІОГАЗУ У ПЕРЕРОБНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ Коробкіна О.В., викладач-методист екон. дисциплін вищої категорії, Копайгородська Т.Г., викладач-методист екон. дисциплін вищої категорії, Одеський технічний коледж	118
46.	РОЗВИТОК ФУНКЦІЇ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ Проскурніна Н.В., к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця	122
47.	АКТУАЛЬНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ Голубьонкова О.О., к.е.н., доцент, Чирка В.В., аспірант, ОНАХТ	124
48.	МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ Лобоцька Л.Л., к.т.н., доцент, Орлова О.В., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	126
49.	ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ Свістун Т.В., к.е.н., доцент, Мороз Д.О., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	128