

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ЩЕЦИНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Матеріали
XVIII Міжнародної науково-практичної конференції

20-21 квітня 2022 р.

Тези доповідей

Київ НУХТ 2022

Проблеми управління підприємств у сучасних умовах: Матеріали XVIII Міжнарод. наук.-практ. конф., Київ, 20-21 квітня 2022 р.: тези доп. – К.: НУХТ, 2022. – 91 с.

Видання містить тези доповідей учасників XVIII Міжнародної науково-практичної конференції.

Розглянуто актуальні питання управління підприємствами в сучасних умовах, узагальнено підсумки вивчення проблеми управління ефективністю діяльності підприємств, а також ознайомлено читачів з актуальними проблемами управління персоналом у кризових умовах.

Розраховано на здобувачів вищої освіти, аспірантів, викладачів, наукових працівників, яких цікавлять питання, пов'язані з функціонуванням підприємств у сучасних умовах.

Матеріали конференції видано в авторській редакції

Редакційна колегія: О.Ю. Шевченко, О.О. Шеремет, Т.В. Березянко, О.І. Драган, В.І. Ємцев, Н.С. Скопенко, С.В. Бурлуцька, І.О. Галиця, К. Гадомська-Ліла, Б. Черняхівіч, В. Леонські, А. Вічорек-Жиманська, О.О. Кутас (відповідальний секретар).

Рекомендовано Вченою радою НУХТ
Протокол № 8 від 24.02.2022 р.

© НУХТ, 2022

3. Соколова Л.В., Верясова Г.М. Удосконалення науково-методичного підходу до оцінки маркетингової активності підприємства. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 7. URL: <https://cutt.ly/PP5Cvn4>.

4. Чміль Г.Л. Обґрунтування інструментів дослідження маркетингової інноваційної активності компанії індустрії гостинності на ринку. *Економіка і держава*. 2020. № 8. С. 62-65.

ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ

С.В. Кусий,

О.М. Петухова, д-р екон. наук

Національний університет харчових технологій

Харчова промисловість є однією із галузей, яка продовжує працювати у сучасних непростих умовах, тоді як частина інших підприємств змушені призупинити або завершити свою діяльність. Головними причинами цього стали зтяжна пандемія та військова агресія РФ. Змінилися реалії виробництва, логістики, канали збуту, що спричинило низку проблем, з якими довелося зіткнутися підприємствам харчової промисловості.

Серед основних змін можна виділити наступні:

- 1) суворі регламентовані санітарні заходи;
- 2) закриття закладів харчування та бюджетних установ;
- 3) ускладнення логістики;
- 4) купівельна спроможність населення;
- 5) дефіцит робочої сили;
- 6) курс валют.

Додаткові санітарні заходи, введені на підприємствах внаслідок пандемії, вплинули на терміни виробництва харчових продуктів: на виробництво такої ж кількості продукції потрібно більше часу, адже на підприємстві проводиться повний огляд працівників, організовано соціальне дистанціювання працівників на виробничих лініях, що в підсумку призводить до скорочення чисельності робітників і кількості виробленої продукції. Збільшились витрати підприємств за рахунок придбання захисних костюмів, масок, термометрів та інших засобів захисту.

Через масове закриття закладів громадського харчування та готелів харчова промисловість майже втратила один великий канал збуту – зник попит із сегменту HoReCa. Внаслідок закриття бюджетних установ, а саме шкіл, дитсадків та інших державних установ, зменшилась кількість державних закупівель харчових продуктів.

Незручності виникали з логістикою через закриття кордонів із країнами, які постраждали від поширення коронавірусу. Підприємства зіткнулися з проблемами експорту продукції та складнощами з розподілом товарів всередині

країни, транспорт змушений більше часу проводити в дорозі через санітарні перевірки на регіональних кордонах та пунктах пропуску.

За даними Державного центру зайнятості, з початку карантину в Україні статус безробітного отримали майже 432 тисячі осіб, що на 67% більше, ніж за аналогічний період торік [2].

Певною мірою волатильність валютного курсу впливає на результати діяльності харчової промисловості. Якщо підприємство закуповує сировину за кордоном, то під час пандемії коливання валютного курсу подвоїть вплив на фінансовий стан компанії. Так, на початку 2020 року курс гривні до американського долара становив 23,77 грн./дол. [1], у цей період пандемія частково вже вдарила по деяких країнах, але ще до України не дійшла. Перший карантин в Україні був запроваджений Кабміном з 11 березня 2020 року [1], і вже за період до 20 березня курс зріс на 17% і становив 27,80 грн./дол.

Так продовжувалося вже майже два роки, та не встигли підприємства підлаштуватися під нові реалії роботи, як новим викликом не тільки для підприємств, а й для всієї України стала відкрита агресія з боку РФ та початок війни. Внаслідок розпочатих воєнних дій підприємства не мали можливості здійснювати свою діяльність, особливо в тих регіонах, які першими почали страждати від обстрілів. Оскільки велика кількість громадян втратили роботу або перебувають у неоплачуваній відпустці, їхні доходи не дозволяють їм купувати більше, ніж вони могли собі дозволити раніше. Зниження купівельної спроможності людей призвело до зниження попиту на багато категорій товарів. Споживачі фокусуються здебільшого на товарах першої необхідності, внаслідок цього спостерігається зміна поведінки споживачів.

На початку квітня поточного року почалося відновлення діяльності, де це можливо, та адаптація до нової реальності. Через спричинені руйнування території підприємствам, яким пощастило залишитися частково або повністю неушкодженими, довелося здійснити релокацію бізнесу в менш зруйновані регіони для відновлення своєї діяльності. Частина підприємств прийняли рішення перепрофілювати свою діяльність та зосередитися на найбільш важливих напрямках виробництва, які найбільше потрібні для забезпечення військових і громадян. Для підтримки бізнесу з боку держави було затверджено рішення щодо переходу юридичних осіб, які відповідають встановленим вимогам, на спрощену систему оподаткування за ставкою 2% [4].

Водночас, не зважаючи на те, що виробники харчових продуктів стикаються з величезною кількістю проблем, вони щосили намагаються подолати цей складний період: здійснюють реструктуризацію бізнес-процесів, змінюють обсяги виробництва, призупиняють інвестиції в обладнання, переглядають фінансові потоки підприємств та оптимізують методи виробництва.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Архів валютних курсів. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/exchange/archive/>.

2. За час карантину статус безробітного отримали понад 430 тисяч українців. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3084565-za-cas-karantinu-status-bezrobitnogo-otrimali-ponad-430-tisac-ukrainciv.html>.

3. Коронавірусна хвороба 2019 в Україні. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Коронавірусна_хвороба_2019_в_Україні.

4. Нові податкові зміни для єдинників та інших платників податків – Закон набрав чинності. URL: https://buh.ligazakon.net/news/210623_nov-podatkov-zmni-dlya-dinnikv-ta-nshikh-platnikv-podatkv--zakon-nabrav-chinnost.

ЧИННИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О.О. Кутас

Національний університет харчових технологій

Сьогодні м'ясопереробна промисловість України є важливою сферою харчової індустрії. Вона випускає широкий асортимент харчової продукції, а також продукції медичного і технічного призначення. Як показують дослідження, ефективність виробництва м'яса та м'ясних продуктів підприємствами значною мірою залежить від організаційно-управлінських характеристик, технічної оснащеності, результативності маркетингових стратегій, а також ефективності реалізації програм з розширення асортименту та підвищення якості продукції на основі використання інноваційного механізму.

Дослідження наукових публікацій вчених-теоретиків та провідних спеціалістів м'ясної промисловості, а також зарубіжний та вітчизняний досвід становлення і розвитку суб'єктів господарювання галузі дозволяють визначити п'ять стратегічних інноваційних напрямів її розвитку. Отже, для галузевих підприємств найбільш значущими та актуальними є такі види інновацій:

- техніко-технологічні, що реалізуються як технологічно вдосконалені методи виробництва, ресурсозберігаючі технології, удосконалення технологічних процесів для скорочення виробничого циклу, покращення упаковки, тари та способів транспортування, а також використання високопродуктивного та ресурсо- та енергоефективного обладнання;

- продуктові, що реалізуються у вигляді нової та/або вдосконаленої продуктової лінійки з принципово новими споживчими якостями, також передбачають створення та виробництво безпечних в екологічному аспекті продуктів, виробництво продуктів лікувально-профілактичного призначення для особливих груп населення, розробку та виробництво дієтичного і геродієтичного харчування;

- маркетингові, що спрямовані в першу чергу на вивчення ринків збуту та пошук потенційних споживачів, збір та оброблення інформації щодо кон'юнктури ринку, використання передових методів та технологій просування товарів (послуг), розроблення адаптивних цінових стратегій;