

продукції, місце розташування підприємства, розвинена молокопереробна база регіону, розвинена система заготівлі та збуту продукції [3]. До зовнішніх факторів, які визначають конкурентоспроможність відносять: макроекономічну стабільність в країні, світові ціни на молоко та молочну продукцію, ситуацію на світовому ринку молока, рівень експорту та імпорту молока та молочної продукції, рівень інвестицій. Отже, для стабілізації ситуації в молочному скотарстві та підвищення конкурентоспроможності і ефективності виробників молока потрібно стимулювати надходження інвестицій у молочне скотарство, використовувати сучасні технології утримання поголів'я, удосконалювати кормову базу, розвивати та вдосконалювати племінну базу, модернізувати матеріально-технічну базу сільськогосподарських товаровиробників з урахуванням чинників економічної ефективності виробництва.

#### **Література.**

1. Антощенкова В.В. Конкурентоспроможність, як основа ефективної національної економіки Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка. Сер. Економічні науки. 2019. Вип. 200. С. 84-95.
2. Кравченко Ю.М., Антощенкова В.В. Фактори сталого розвитку економіки аграрного сектору. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Сер. Економічні науки. 2019. Вип. 200. С.174-183.
3. Онегіна В.М., Антощенкова В.В.. Новітні чинники конкурентоспроможності продукції на світовому ринку молока. Економічні читання: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 85-річному ювілею професора В.Й. Шияна, 19 лютого 2021 р. / Харків. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків: ХНАУ, 2021. С.120-123.

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ**

*Шпакович С.В., здобувач вищої освіти, shpakovich2002@gmail.com*

*Науковий керівник: Марченко О.І., к.е.н., доцент  
queenolga2017@gmail.com*

*Університет державної фіскальної служби України*

Вагомий вплив на національну економіку являє собою саме харчова промисловість. Тож однією з провідних її ланок є м'ясопереробна галузь.

Одним з найвагоміших індикаторів необхідності випуску певної продукції є попит та потреба споживача, тому підприємству слід планувати саме обсяги реалізації продукції, а не виробництва.

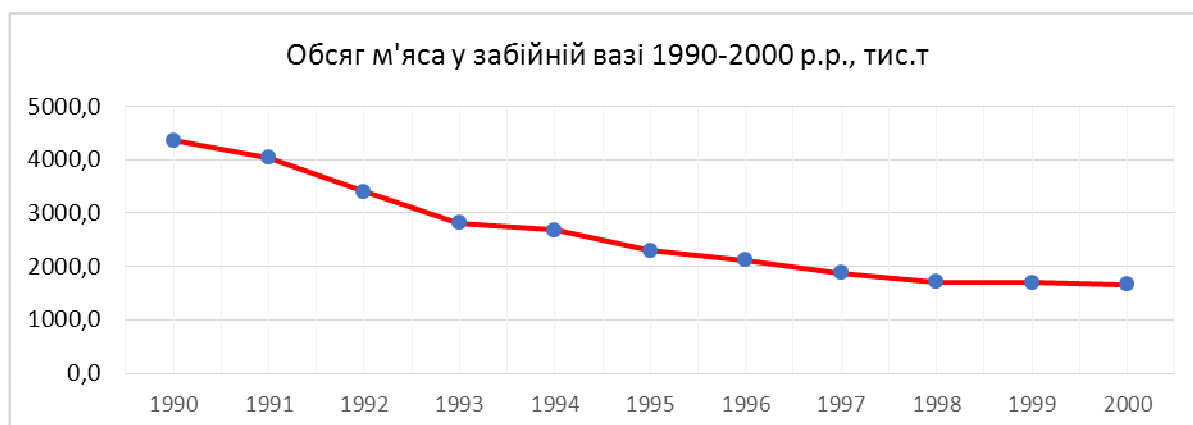
Однак для обширних обсягів переробки м'яса необхідна велика кількість сировини, проте проаналізувавши дані, можна стверджувати, що одним з наслідків кризових явищ є скорочення обсягу м'яса у забійній масі. Таким чином різниця (скорочення обсягів м'яса) у 2020 році порівняно з 1990 р. становить 1 880,3 тис. т або на 56,85 %. Згідно даних Державної служби статистик було складено таблицю 1[2].

**Таблиця 1 - Статистика обсягу м'яса у забійній масі**

Рік	М'ясо (у забійній масі), тис.т	У % до базисного року (1990)	У % до попереднього р. в табл.
1990	4357,80	100	100,00
1996	2112,70	48,48	48,48
2002	1647,90	37,81	78,00
2008	1905,90	43,74	115,66
2014 <sup>1</sup>	2359,60	54,15	123,81
2020 <sup>1</sup>	2477,50	56,85	105,00

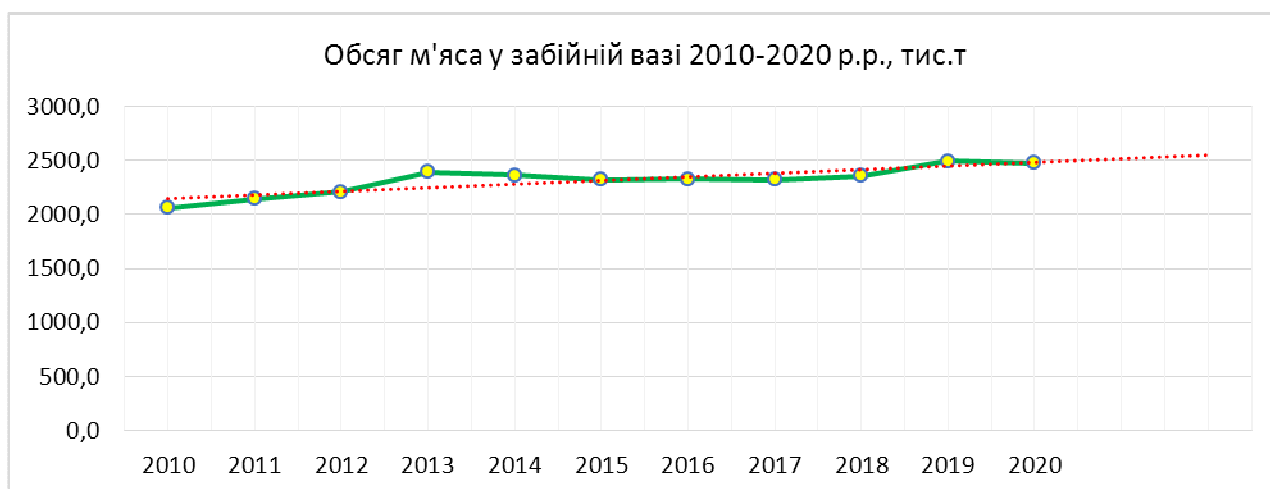
*Складено автором за даними Державної служби статистик [2].*

З таблиці видно, що за перші шість років починаючи з 1990 року забійна маса скоротилася на 48,48%, що в свою чергу негативно відзначилось на суб'єктах м'ясопереробної галузі. З рисунка 1 видно, що протягом 10 років, починаючи з 1990 року, існує спад обсягів м'яса.



**Рисунок 1 - Спад обсягу м'яса у забійній вазі по рокам з 1990-2000 р.р.**

Однак, за останні 10 років дана тенденція змінилася, і ми можемо спостерігати певну стабільність, провівши прогностичну лінію тренду можна помітити незначні збільшення обсягів.



**Рисунок 2 - Обсяг м'яса у забійній вазі за останні 10 років.**

Для більш детального дослідження стану м'ясопереробної галузі було проаналізовано діяльність підприємств України, що задіяні в ній, а саме: ТОВ «ПРЕМ'ЄР ФУД», ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат», ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат», також Згідно річних звітів підприємств за 2019 рік, було складено таблицю 2 [3,4,5]:

**Таблиця 2 - Продуктивність передових м'ясокомбінатів України**

Підприємство	Чистий прибуток (збиток)	Чистий дохід від реалізації продукції	Собівартість реалізованої продукції	Готова продукція та товари
ТОВ «ЖИТОМИРСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ»	38 779	1 350 451	966 943	10 600
ТОВ "ПРЕМ'ЄР ФУД"	6 704	476 199	398 815	29 396
ТОВ "ГЛОБИНСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ"	43 443	3 236 743	2 488 116	35 600

На сьогоднішній день існує великий перелік методів та показників, які характеризують конкурентоспроможність

підприємства, тому виходячи з фінансових даних підприємств, ми можемо розрахувати два важливих показники – рентабельність продажу та рентабельність продукту. Рентабельність продажу характеризує прибутковість роботи підприємства на ринку та розраховується шляхом ділення чистого прибутку на чистий дохід від реалізації та множенням на 100%, а рентабельність продукції – ділення чистого прибутку від реалізації продукції на її собівартість та множенням на 100%, що в свою чергу характеризує ступінь прибутковості продукції.[1,с. 253-254].

**Таблиця 3 - Показники рентабельності м'ясопереробних підприємств**

Підприємство Показник	ТОВ «ЖИТОМИРСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ»	ТОВ "ПРЕМ'ЄР ФУД"	ТОВ "ГЛОБІНСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ"
Rтовару	4,01	1,68	1,75
Rпродаж	2,87%	1,41%	1,34%

*Примітка: складено автором за обрахунками рентабельності продаж та товару*

Виходячи з таблиці 3, можемо зазначити, що найкращі показники рентабельності має ТОВ «ЖИТОМИРСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ», незважаючи на те, що по фінансовим звітностям підприємств даний суб'єкт господарювання займає по обсягу чистого прибутку друге місце, а саме 38 779 тис. грн.

Виходячи з показника рентабельності товару, то ТОВ «ЖИТОМИРСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ» на кожну витрачену гривню, отримано 4,01 гривні прибутку, відповідно ТОВ "ПРЕМ'ЄР ФУД" отримало 1,68 грн, ТОВ "ГЛОБІНСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ" отримало прибутку 1,75 гривні на 1 витрачену гривню.

Таким чином для покращення стану м'ясної промисловості, підприємствам, що задієні в ній, слід постійно інвестувати кошти в розширення виробництва, постійно розширювати інноваційну складову підприємства, що в свою чергу позитивно відобразиться на технології вирощування та переробки. Необхідно власникам даних суб'єктів господарювання розвивати як логістичний, так і маркетинговий потенціал підприємств, що допоможе конкурувати на іноземних ринках.

**Література.**

1. Аналіз господарської діяльності [текст] : навчальний посібник за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової] - К. : "Центр учбової літератури", 2013. - 384 с. URL: <https://pe.nmu.org.ua/ua/student/informzabezp/Підручник%20АГДП.pdf>
2. Державний служба статистики. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
3. Річна звітність емітента Товариство з обмеженою відповідальністю «ГЛОБИНСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ» веб-сайт. URL: [http://ua.globino.ua/userfiles/files/FS%20GMK\\_12m2019\\_signed.pdf](http://ua.globino.ua/userfiles/files/FS%20GMK_12m2019_signed.pdf)
4. Річна звітність емітента Товариство з обмеженою відповідальністю «Житомирський м'ясокомбінат» веб-сайт. URL: <https://zhmk.com.ua/wp-content/uploads/2020/05/Finansova-zvitnist-za-2019-rik-ZHMK.pdf>
5. Річна звітність емітента Товариство з обмеженою відповідальністю «ПРЕМ'ЄР ФУД» веб-сайт. URL: <https://premierfood.ua/wp-content/uploads/2021/06/2019-Finansova-Zvitnist.pdf>

## **ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ БІЗНЕС ПОСЛУГ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА «OVIS»**

*Скоряк Є.А., здобувач вищої освіти,  
evaskorak@gmail.com*

*Науковий керівник: Андренко І.Б., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет міського  
господарства імені О.М. Бекетова*

У наш час кожні четверта людина, з тих, які щодня покидають свій дім, щоб відправитися в поїздки (близькі й далекі, короткострокові і тривалі), робить це в зв'язку зі службовими потребами. І весь величезний сектор поїздок, що здійснюються з найрізноманітнішими діловими цілями, іменується діловим туризмом.

Відсоток туристів, які подорожують з бізнес цілями стабільно збільшується. Кожен сучасний готель в якості додаткової спеціалізації визначає для себе бізнес послуги. Бізнес готелі є готелями особливого типу. Розраховані на конкретну цільову групу клієнтів, вони формують весь спектр своїх послуг відповідним чином. Налагодження зв'язків з корпораціями і стабільна клієнтська база - ось два основні пріоритети в роботі ділового готелю. Постійні клієнти становлять основу процвітання бізнес-готелю. Тому випадкових постояльців в таких готелях практично не буває.

Тож, розглянемо особливості надання бізнес послуг на прикладі