

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ  
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



**ТЕЗИ**

**II ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:  
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**2 – 3 КВІТНЯ 2020 р.  
м. Одеса**

Таким чином, за допомогою матриці БКГ можливо не тільки оцінити теперішній стан, а також можливі напрямки розвитку підприємства, обрати потрібну стратегію дій на ринку, щоб покращити свою конкурентоспроможність і ринкове становище.

Науковий керівник — к.е.н., доц. Лозовська Г.М.

#### **Література:**

1. Погодина Т. В. Инвестиционный менеджмент: учебник и практикум для вузов /Т. В. Погодина. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 311 с.
2. Горелов Д.О., Большенко С.Ф. Стратегія підприємства/ Д.О. Горелов, С.Ф. Большенко. – Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010. – 133 с.
3. Устенко А.О., Перезозова І.В., Малинка О.Я., Писків Г.І Кількісна оцінка конкурентних переваг підприємства / А.О. Устенко, І.В. Перезозова, О.Я. Малинка, Г.І Писків // Науковий вісник ІФНТУНГ. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості. – 2016. – № 1(13). – с. 62-71.

### **ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

**Артьомова К.С., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММІЛ**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

У 2016 році внесок галузі туризму у ВВП України склав 5 млрд. дол. США, це 5,6 % від загального ВВП країни. В абсолютному значенні даний показник можна порівняти з показниками Словаччини (5,6 млрд.) і Болгарії (6,6 млрд.), але він істотно нижчий від показників інших країн Центральної та Східної Європи (для порівняння: Польща – 21,1 млрд., Угорщина – 13 млрд., Чехія – 15 млрд.). Лідер регіону – Австрія з показником 50,7 млрд. і часткою у ВВП 15,6 % [1].

Туристична галузь має значний економічний вплив на розвиток Одеси і Одеської області. Вона сприяє створенню робочих місць, розвитку місцевої інфраструктури, формування доходів місцевих бюджетів. Ринок готелів Одеси в першу чергу відчуває вплив зміни тенденцій туризму і курортної інфраструктури.

За підсумками 2018 року, туристичний потік в Одеську область виріс на 10,5 %, а в 2017 році потік туристів склав 1 млн., що є рекордним показником для Одеси.

Місцеві бюджети за цей період отримали 9 млн. грн. туристичного збору – в порівнянні з 2016 роком надходження зросли майже на 2 млн. грн. Найбільші суми туристичного збору отримав бюджет Одеси – 5,6 млн. грн., або 62 % від загальної суми надходжень. Регіональне розподілення готелів України за кількістю наведений на рис. 1

За підсумками всього 2018 року, Одеса прийняла 3,2 млн. туристів, але справжня цифра перевищує офіційну, так як важко підрахувати тих туристів, хто зупинявся в приватному секторі. Решта 3,1 млн. туристів довелося на туристичні регіони в Одеській області.

Крім готелів, туристи часто зупиняються в хостелах, знімають квартиру, будинок або кімнати в невеликих сімейних готелях.

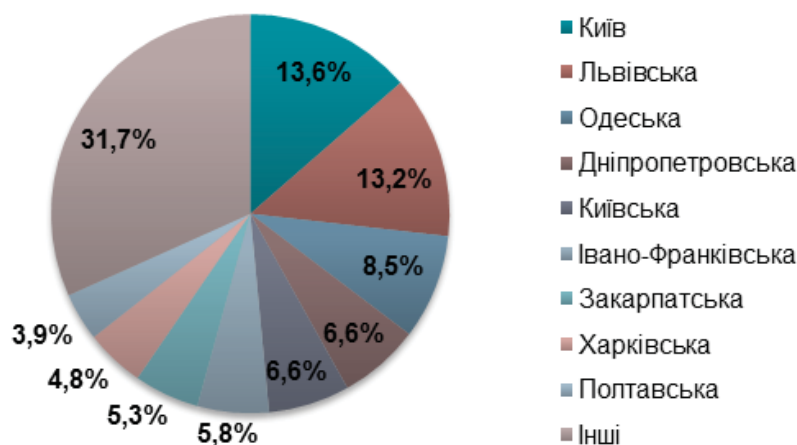


Рис. 1 – Регіональне розподілення готелів України за кількістю в 2018 р [2].

У літній період в 2018-2019 рр. заповнюваність номерів в курортних готелях досягала 100%. І це при тому, що в цьому році відпочинок на українських курортах обходився туристам дорожче, ніж в 2017 (ціни на проживання в Одесі в 2018-2019 рр. Зросли не менше, ніж на 10 % в порівнянні з 2017). Найбільша кількість засобів розміщення довелося на бюджетні об'єкти.

Найбільш численною в Україні є категорія готелів 3 зірки – близько 47 % всього номерного фонду. Однак варто звернути увагу, що менше половини готелів середнього цінового сегмента дійсно є якісними готелями, відповідними європейської класифікації готелів середнього цінового сегмента [2].

Готелі та інші засоби розміщення в Україні за останні 3–5 років певною мірою змінювали концепції свого розвитку, що знайшло відображення в зменшенні на 7–12 % кількості санаторіїв і пансіонатів із лікуванням. Хоча за 2017–2018 р. ця тенденція зменшилася до 1,5–2,6 %. Кількість санаторіїв-профілакторіїв зменшилася на 30 % і вони значною мірою використовуються лише як засоби для розміщення.

Останнім часом будівництво готелів у світі досягло величезних масштабів, чого не можна сказати про Україну. В Україні кількість готелів та аналогічних засобів розміщення з 2013 по кінець 2017 років зменшилася з 3 582 до 2 474, що в процентному вираженні становить 30,9 %. Динаміка змін показана на рис. 2

Як бачимо, лише за 4 роки кількість колективних засобів розміщення в нашій країні зменшилась більш ніж в півтора рази, при цьому спеціалізовані засоби розміщення скорочувалися швидше (в 1,8 разів), ніж готелі (в 1,4 рази). При цьому номерний фонд з кінця 2013 року на кінець 2017 року знизився з 586,6 тис. місць до 359,0 тис. місць [3].

На сьогоднішній день в м. Одеса склалися сприятливі передумови для активного зростання кількості готелів та підвищення якості готельних послуг.



Рис. 2 – Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування в Україні, тис. осіб

Одеська область увійшла за показником кількості обслугованих приїжджих у п'ятірку лідерів серед регіонів України, що робить цей регіон привабливим для залучення інвестицій на організацію нових підприємств з організаційно правовою формою юридична особа.

Велику долю з обслугованих приїжджих складають іноземці – 17,10 %, що може позитивно вплинути на імовірність входу на ринок міжнародних операторів [3].

За офіційними підрахунками за 7 місяців 2018 р. Одесу відвідало 2,8 млн. туристів. Важливим є й термін перебування гостей: близько 30 % зупиняються в Одесі на термін від 1 до 5 днів, більше 20 % — живуть в місті від 6 до 7 днів, 15 % — впродовж 10-14 днів, і більше, ніж на два тижні затримуються 12 % туристів.

При організації відпочинку, наданні послуг гостинності необхідно враховувати, що незважаючи на економічні проблеми за останні роки різко збільшився виїзний туризм, у відпочиваючих з'явилася можливість порівняти рівень обслуговування в зарубіжних готельних підприємствах з тим, що надають вітчизняні готелі. Це порівняння виявилось не на користь українських підприємств сфери гостинності, у тому числі тих, що розташовані в Одеській області. Усі ці чинники вплинули на зниження завантаження номерного фонду наявних готельних підприємств. Необхідно підвищувати конкурентоспроможність готельних послуг за рахунок підвищення якості надаваних послуг і кваліфікації персоналу.

Науковий керівник — к.е.н., доц. Лозовська Г.М.

#### Література:

1. Дослідження: готельний ринок Києва на карті Європи URL: <https://cushmanwakefield.com.ua/uk/doslidzenna-gotelnii-rinok-kieva-na-karti-evropi> (дата звернення: 3.04.2020)

2. Янковська, Г.В. Маркетингові комунікативні стратегії підприємств готельного господарства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Янковська Галина Вікторівна ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ, 2019. 24 с.
3. Бошота Н.В. Тенденції розвитку підприємств готельного господарства України / Н.В. Бошота// Серія: Економіка та підприємництво. – 2018. – № 3 (102). – с. 66-72.

## **УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ТЕЛЕВІЗОРІВ У ПЕРІОД КРИЗИ: ПРОГНОЗУВАННЯ ТА АНАЛІТИКИ**

**Кульчинська Д.В., студ. ДВНЗ «ОКЕПГРБ»**

**ДВНЗ «Одеський коледж економіки, права та готельно-ресторанного  
бізнесу», м. Одеса**

**Вступ.** Ринок телевізорів ніколи не відрізнявся статичністю і в різні часи різні технології та виробники займали позицію лідера. Безумовними лідерами серед технологій як у світі, так і в Україні, на сьогоднішній день є рідкокристалічні (LCD) та плазмові (PDP) телевізори. Плоскопанельні приймачі телевізійного сигналу почали користуватися стрімким попитом у нашій країні нещодавно, відстаючи при цьому від провідних країн Азії, Америки та Європи на 2-3 роки.

**Мета.** Доволі швидко почав падати попит споживачів на ЕПТ-телевізори, хоча ще в 2006 році обсяги продажів кінескопних телевізорів займали 70 % від загального об'єму продажів.

Попит споживачів на телевізори, виготовлені за новітніми технологіями, є зрозумілим та обґрунтованим – технологія ЕПТ визнана застарілою через неможливість створення діагоналей розміром більше ніж 37 дюймів та відтворення чіткості зображення на рівні плоскопанельних телевізорів, до того ж з розвитком мультимедійних технологій зростає кількість користувачів HDTV. Зростання обсягів продажу плоскопанельних телевізорів стримується високими цінами. Українські споживачі надають перевагу техніці за доступною ціною. Конкуренція виробників LCD-моделей, а також зниження купівельної спроможності призвели до зростання продажу телевізорів дешевше \$500 з 24 % у 2008 році до 33 % у 2009. Телевізори вартістю від \$750 користуються низьким попитом – їх доля знизилася на 3-12 % у залежності від сегменту. Середня вартість телевізора за підсумками січня-вересня 2009 року – \$626. Це на 25 % нижче, ніж у 2008, коли даний показник дорівнював \$835. За даними Державного комітету статистики України, виробництво телевізорів в Україні у 2009 році зменшилось у порівнянні з 2007-2008 рр. Стрімкий спад виробництва телевізорів в Україні пов'язаний зі світовою економічною кризою, а також наданням споживачами переваги телевізорам закордонного виробництва.

**Виробництво телевізорів в Україні.** В 2009 питома вага телевізорів українського виробництва склала 3,5 % у натуральному вираженні і 3 % у грошовому. Але ще в 2007 році питома вага українських телевізорів складала 6,7 %. Українські телевізори нового покоління під власними торговими марками збирають лише на декількох підприємствах, серед яких "Електрон" (Львів), "Rainford Electronics" (Дніпропетровськ). При цьому телевізори

42. АСОРТИМЕНТНИЙ АНАЛІЗ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ  
ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»  
Войчишенко Я.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 102  
Науковий керівник – ст. викл. Брайко М. Г.
43. ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ЯНТАРНИХ ВИН  
Глущенко І.В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 103  
Науковий керівник – ст. викл. Брайко М. Г.
44. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА КОШЕРНОГО  
РЕСТОРАНУ «ХЄВРОН» В М. ОДЕСА  
Романова В.Г., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 106  
Науковий керівник – ст. викл. Брайко М.Г.
45. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ ЖУВАЛЬНОЇ ГУМКИ  
Михальчук В.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 110  
Науковий керівник – ст. викл. Брайко М.Г.
46. ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПрАТ «ЧУМАК»  
Танова А.І., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 113  
Науковий керівник — к.с.-г.н., доц. Черевата Т.М.
47. ОРГАНІЗАЦІЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НАТУРАЛЬНОЇ  
ПРОДУКЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА «КУПАЖЬ»  
Кас'яненко Н.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 115  
Науковий керівник — к.с.-г.н., доц. Черевата Т.М.
48. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ВИВЕДЕННЯ НА РИНОК  
НОВОЇ КАВ'ЯРНІ В М. ОДЕСІ  
Соколенко В. П., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 118  
Науковий керівник — ст. вик. Голодонюк О.М.
49. ПОРТФЕЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНИХ ЗОН  
ГОСПОДАРЮВАННЯ ПАТ ДІМ МАРОЧНИХ КОНЬЯКІВ  
«ТАВРІЯ»  
Дубіна І.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 121  
Науковий керівник — к.е.н., доц. Лозовська Г.М.
50. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ  
ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ  
Артьомова К.С., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 124  
Науковий керівник — к.е.н., доц. Лозовська Г.М.
51. УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ТЕЛЕВІЗОРІВ У ПЕРІОД КРИЗИ:  
ПРОГНОЗУВАННЯ ТА АНАЛІТИКИ 127