

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



МАТЕРІАЛИ

**ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
19 – 20 ЖОВТНЯ 2021 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 XXI століття. Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції 19-20 жовтня 2021 року. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2021. – 369 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI 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 Мельник Ю.М. - д-р екон. наук, професор,
директор ННПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНАХТ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Купріна Н.М. – д.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Савенко І.І. – д.е.н., проф., Іванченкова Л.В. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Неустроєв Ю.Г. – к.е.н., доц.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

Література

1. Маркетингова політика закладу вищої освіти : колективна монографія / за заг. ред. Н. Л. Савицької. – Х.: ХДУХТ, 2018. 163 с.
2. Савицька Н. Маркетингова діяльність закладу вищої освіти: теоретичні засади та сценарії розвитку. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197267471.pdf> (дата звернення 28.09.2021).
3. Гончарова К. Використання маркетингових комунікацій в діяльності ЗВО. URL: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis09-08.html> (дата звернення 28.09.2021).
4. Жарська І. Digital-маркетинг закладів вищої освіти. URL: http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_6/20.pdf (дата звернення 28.09.2021).

АНАЛІЗ СТАНУ ТА РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Самофатова В.А., д.е.н., професор.,
Куделько С.Ю., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Молоко та молокопродукти є незамінними в харчуванні людей, оскільки вони мають високу харчову цінність. Вони також є одними з основних в харчуванні українців, тому потрібно гарантувати забезпечення населення високоякісною молочною продукцією.

Питання розвитку молокопереробної галузі є суттєво дослідженим, тому аналізуючи історичні дані та праці таких вчених як А. Величко, Є. Карпенко, В. Чагаровського та інших, а також дані потужних підприємств можна сформулювати перелік особливостей та перспектив розвитку галузі в цілому.

Перелік першої десятки найприбутковіших підприємств молочної промисловості в Україні наведено у таблиці 1. До списку лідерів молокопереробної галузі входять не тільки українські виробники, а й транснаціональні компанії, в яких налагоджено виробництво в Україні.

Таблиця 1 - Рейтинг найбільших молокопереробних підприємств України у 2021 р. [1]

Назва підприємства	Торговельна марка
«Danone Україна»	ТМ «Активія», «Актімел», «Даніссімо», «Тьома», «Живинка», «Простоквашино», «Растішка»
«Молочний альянс»	ТМ «Яготинське», «Яготинське для дітей», «Пирятин», «Славія»

«Лакталіс Україна»	ТМ «President», «Дольче», «Lactel», «Фанні», «Локо Моко»
«Люстдорф»	ТМ «Селянське», «На здоров'я», «Бурьонка», «Готоша», «Весела Бурьонка», «Смачно Шеф»
«Вімм-Билль-Данн Україна»	ТМ «Слов'яночка», «Чудо», «Ромол», «Смачненький», «Агуша»
«Придніпровський молочний комбінат»	ТМ «Злагода», «Любимчик»
«Галичина»	ТМ «Галичина», «Мої корівки», «Молочар»
«Тернопільський молокозавод»	ТМ «Молокія»
«TerraFood»	ТМ «Ферма», «Тульчинка», «Біла лінія», «Premialle», «Любий край»
«Альміра»	ТМ «Гадяч сир», «Молочні дари», «Омка», «Гадяч молоко»

У рейтингу зазначені окремі підприємства та торговельні марки, під якими виробляється молочна продукція.

Попри наявності великої кількості виробників молочної продукції, за підсумками восьми місяців, в Україні було вироблено 6 млн 35,2 тис. т молока усіх видів, що на 6,2% менше проти відповідного періоду минулого року. Така динаміка обумовлена стрімким скорочення обсягів в господарствах населення та недостатнім забезпеченням з боку промислового сектору [1].

Промислові підприємства забезпечили 30,6% всього виробленого молока, або 1 млн 850 тис. т. Це на 1,4% менше, ніж у 2020-му [1].

Традиційні лідери із виробництва промислового молока цього року, попри нарощування потужностей окремими молочно-товарними комплексами, демонструють скорочення виробництва: Харківщина (167 тис. т; +0,5%). Полтавщина (263,8 тис. т; -1,9%) та Черкащина (193,5 тис. т; -6,4%) [1].

Натомість, приріст спостерігається в таких областях, як Вінницька (+5,5%; 150,4 тис. т.). Тернопільська (+13,6%; 78,3 тис. т), та Херсонська (+7,8%; 33,2 тис. т) [1].

Дефіцит молока в цьому році складає майже один мільйон тонн. Причиною цього є збільшення споживання населенням молочних продуктів за останніх два роки, але зменшення вітчизняного виробництва молочної продукції. Збільшення споживання в свою чергу забезпечують імпорт і фальсифікат.

Розвиток молочної галузі є пріоритетним для забезпечення харчової безпеки країни. Уряд поступово збільшує інвестиції та фінансову підтримку підприємств [2, с. 112]: переважно це стабілізація поголів'я худоби та стимулювання збільшення виробництва продукції. Ключовим фактором є

конкурентоспроможність продукції, та характеристики якості на виробництвах постійно підвищуються [3, с. 64].

Витрати на молочні продукти складають велику частку загальних витрат на харчування (більш ніж шосту частину). Активно проходить реструктуризація підприємств, де виживають лише найефективніші. Хоча ціни на молочні продукти є низькими у світі, вітчизняний ринок має потенціал створити продукцію, яка мала б попит й в країнах ЄС.

Дослідники сходяться у думці, що виробництво молочних продуктів є й буде залишатися однією з найбільш перспективних галузей аграрного ринку [1,3,4].

Для покращення роботи галузі потрібно впровадження державної комплексної науково-технічної політики щодо виробництва: оновлення законодавчої бази для захисту підприємств та споживачів, фінансова та технологічна підтримка для покращення ефективності виробництва.

Література

1. Асоціація виробників молока, Підсумки роботи молочної галузі України: промислове виробництво нарощує об'єми [Електронний ресурс] — [Текст] — Асоціація виробників молока: 2021 — Режим доступу: <http://avm-ua.org/uk/post/pidsumki-roboti-molocnoi-galuzi-ukraini-promislove-virobnictvo-narosue-obemi>
2. Карпенко В. Л. Аналіз стану розвитку молокопереробних підприємств Хмельницької області. Інноваційна економіка, 2020. №. 5-6. С. 110-121.
3. Величко А. Є., Кухарук Р. М., Маслова І. В., Пухлякова М. В. Стан та перспективи розвитку ринку молока та молочних продуктів України. *Агросвіт*. 2021. № 16. С. 62–68. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.16.62
4. Чагаровський В. Молочна галузь України та її майбутнє через 10 років: проблеми, національна програма розвитку та державна підтримка. URL: <https://agropolit.com/blog/412-molochna-galuz-ukrayini-ta-yiyi-maybutnye-cherez-10-rokiv-problemi-natsionalna-programa-rozvitku-ta-derjavna-pidtrimka> (дата звернення: 30.06.2021).

ЗМІСТ

	КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ	
1.	Вдовіна О.О., к.н.з соц.ком., доцент, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», м. Полтава, Україна	3
	АНАЛІЗ СТАНУ ТА РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
2.	Самофатова В.А., д.е.н., професор.; Куделько С.Ю., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	5
	РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ- СТРАХУВАННЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	
3.	Сорохан К.А., магістрант; науковий керівник: Фасолько Т.М., к.е.н., доцент. Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький, Україна	8
	УПРАВЛІННЯ НОВОВВЕДЕННЯМИ В КАДРОВІЙ РОБОТІ	
4.	Згадова Н. С., к.е.н., доцент; Холодняк Т.К., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	11
	ЛОКАЛЬНІ І СИСТЕМНІ СУПЕРЕЧНОСТІ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
5.	Римар О.Г., к.е.н., доцентка, Нововолинський навчально-науковий інститут економіки та менеджменту ЗУНУ, м. Нововолинськ, Україна	14
	СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
6.	Самофатова В.А., д.е.н., професор.; Буга Я.Я., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	17
	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	
7.	Згадова Н. С., к.е.н., доцент; Гончаренко С. С., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	20
	ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СКЛАДОВОЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ З ПОЗИЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	
8.	Борисова Л.П., к.е.н., доцент, Одеський фаховий коледж економіки, права, готельно-ресторанного бізнесу, м. Одеса, Україна	23
	ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ АГРОПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ: СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА	
9.	Антонюк О.П., к.е.н., доцент; Ступницька Т.М., к.е.н., доцент; Баранюк Х.О., д-р філософії (PhD), ст. викладач. ОНАХТ, м. Одеса, Україна, Україна. Антонюк П.О., к.е.н., ст.н.с., Інститут проблем ринку та економіко- екологічних досліджень НАН України, м. Одеса, Україна	26
	RURAL DEVELOPMENT IN UKRAINE IN CONDITIONS OF DECENTRALIZATION OF POWER AND GOVERNANCE	
10.	Павлов О.І., д.е.н., професор; Павлова І.О., к.е.н., ст. викладач. ОНАХТ, м.	30