

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

Література

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 «Основні засоби» станом на 01.09.2018, затв. Наказом Міністерства фінансів України від 12.10.2010 р. № 1202. Законодавство України: веб-сайт URL <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1017-10> (дата звернення: 10.09.2018).
2. Про запобігання корупції. Закон України станом на 14 жовтня 2014 р. № 1700-VII станом на 31 серпня 2018. Законодавство України: веб-сайт URL <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18> (дата звернення: 10.09.2018)
3. Про публічні закупівлі. Закон України станом на 27 січня 2018. 25.12.2015 р. № 922-VIII / Верховна Рада України. Законодавство України: веб-сайт URL <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19> (дата звернення: 10.09.2018)

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Карчевская Е.Н., к.г.н., доцент, Лапицкая О.В., к.э.н., доцент
Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого

Социальные сети являются одним из эффективных способов взаимодействия туристской организации с потенциальным клиентом, что положительно влияет на формирование благоприятного имиджа и обеспечивает фирме устойчивую рыночную нишу [1]. Почти 1,5 млрд. человек имеют аккаунт в 200 различных социальных сетях. Наиболее популярными социальными сетями для белорусов являются ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Википедия, Youtube, Facebook, Twitter. В Беларуси пока еще нет разнообразия специализирующихся на туризме социальных сетей, поэтому турфирмам необходимо использовать те ресурсы, которые пользуются спросом у потенциальных потребителей.

Как показал анализ, всего 27 гомельских туристских фирм имеют в социальных сетях активный ресурс [2, 3]. Исследование этих ресурсов проводилось с использованием структурного, ресурсного, нормативного и динамического подходов анализа социальных сетей [4, 5], на базе которых была разработана авторская методика. Анализ структуры проводился экспертным методом по следующим компонентам: общий анализ медиаданных; наличие структурных элементов на странице турфирмы в социальной сети и их заполняемость.

Анализ ресурсного подхода проводился по критериям: качество визуализации социальных сетей; анализ текстовой информации в социальных сетях; активный веб-поиск; использование ссылочного ранжирования; возможность интеграции данных, поступающих с датчиков и других социальных сетей; анализ мультимедийной информации сети.

В динамическом подходе изучалось: смена актуальной информации; положительная динамика подписчиков и прекращение взаимодействия; появление новых ссылок и страниц; стабильность и положительная динамика посещений. С позиции нормативного подхода рассматривалась степень реализации следующих компонентов: уровень доверия между участниками; нормы, правила и санкции, которые влияют на поведение участников в

социальной сети и процессы их взаимодействий; корректность представленной информации.

Оценивались ресурсы социальных сетей по 5-ти балльной психометрической шкале суммарных оценок: от 1 (минимальное заполнение) до 5 (максимально возможное заполнение) по каждому компоненту и по каждой используемой турфирмой социальной сети. Затем выставлялась суммарная оценка одной сети турфирмы. После чего находилась средняя оценка использования ресурсов турфирмы во всех социальных сетях.

Проведенный анализ показал, что фирмы, работающие через социальные сети, имеют довольно развитую структуру и в целом насыщенные ресурсы, однако динамика работы и взаимодействия с потребителями пока еще весьма слаба (рис. 1).

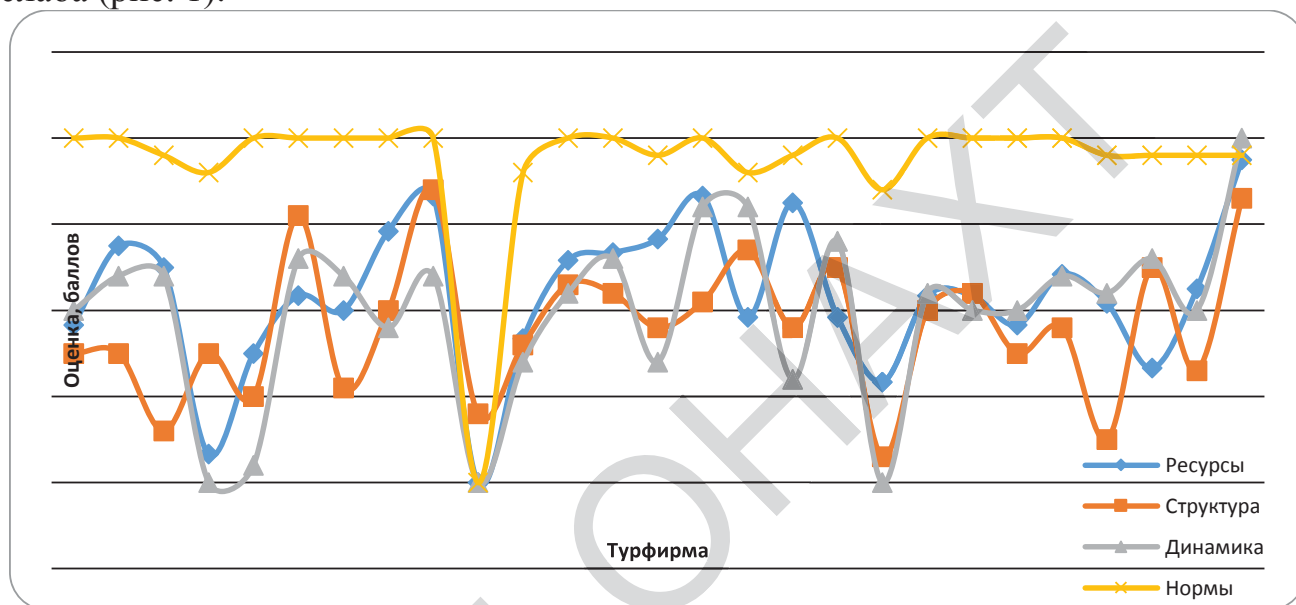


Рис. 1 – Оценка использования ресурсов социальных сетей гомельскими турфирмами

Основными проблемами использования ресурсов социальных сетей для турфирм являются:

- нерегулярное обновление страниц,
- размещение неактуальной информации,
- отсутствие мониторинга эффективности работы в социальных сетях,
- не готовность компании выделять средства на продвижение бренда в социальных сетях.

Следовательно, основными способами эффективного продвижения услуг в сети Интернет для гомельских туфирм могут быть:

- создание сообщества или группы в социальной сети;
- создание специального корпоративного ресурса с информацией об услугах компании;
- использование таргетированной рекламы, направленной на конкретных пользователей;
- использование рекламы в приложениях;
- регулярное обновление и добавление новых ссылок и страниц;
- активизация целевой аудитории с помощью акций, скидок, конкурсов;

– создание возможности бронировать свои услуги на страницах социальных сетей;

– использование активных пользователей, рассказывающих о компании.

Таким образом, социальные сети могут использоваться в разных целях и разными способами, но, в любом случае, являются эффективным средством продвижения услуги туристского предприятия на рынок. Качественный Web-ресурс позволяет компании сократить свои издержки за счет уменьшения количества печатных рекламных материалов и экономии времени сотрудников отдела маркетинга и PR.

Литература

1. Информационный портал Про СММ.ru– Москва, 2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pro-smm.com>.
2. Белорусский туристический портал Holiday.by– Минск, 2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.holiday.by/>.
3. Информационный портал Relax.by - Минск, 2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.relax.by>.
4. Батура, Т.В. Методы анализа компьютерных социальных сетей / Т.В. Батура // Вестник НГУ. Серия: Информационные технологии. – 2012. Том 10, выпуск 4. – С. 13 – 28.
5. Чураков, А. Н. Анализ социальных сетей / А.Н. Чураков // СоцИс. – 2001. – № 1. – С. 109 – 121.

ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ

Агеєва І. М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і логістики,
Ринкова А.А., магістрант кафедри менеджменту і логістики
Одеська національна академія харчових технологій

Питання розвитку державного аграрного сектору в економіці має велике значення для України, що пов'язане зі вступом до Світової організації торгівлі (СОТ) та євроінтеграцією. З огляду на сучасні умови його функціонування актуальним є дослідження регулюючої ролі держави щодо розвитку агропромислового виробництва та забезпечення ефективної державної підтримки сільського господарства за рахунок розроблення основних інструментів реалізації відповідної аграрної політики України.

Метою і завданням цього дослідження є розгляд цілей державного регулювання розвитку АПК України, аналіз адаптації сільського господарства до умов СОТ, виявлення основних проблем в сфері регулювання АПК з боку держави та формування ефективних стратегічних напрямів державної підтримки агропромислового виробництва.

Агропромисловий комплекс (АПК) України - це цілісна народногосподарська система взаємопов'язаних між собою галузей, об'єднаних у єдине ціле з метою виробництва продовольства та сільськогосподарської сировини для переробних галузей промисловості. Сферами діяльності АПК є: виробництво засобів для всіх інших галузей, пов'язаних із сільським господарством; лісове та водне господарство; сільське господарство; переробка сільськогосподарської сировини; виробнича інфраструктура; соціальна

81.	КУЛЬТУРНА СХОЖІСТЬ МІЖ ПОЛЬЩЕЮ ТА УКРАІНОЮ ЯК ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ СПІВРОБІТНИЦТВА Прокопенко О.В., д.е.н., професор, Академія техніко-гуманітарна, м. Бельсько-Бялей, Польща, Криворучко Л.Б., к.е.н., ТОВ «Центр технологічних ініціатив», м. Суми, Україна	206
82.	ОПЫТ ОЦЕНКИ ПРИОРИТЕТОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ВУЗАХ СЕРБИИ И УКРАИНЫ Dubravka Škunca, "Union - Nikola Tesla" Университет, г. Белград, Сербия Zoran Sekerevac. "Union - Nikola Tesla" Университет, г. Белград, Сербия Olena Golubyonkova, ОНАХТ, г. Одесса, Украина Walery Okulicz-Kozaryn, Педагогический университет, г. Краков, Польша	207
83.	ОЦІНКА ВПЛИВУ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ Маркова Т.Д., к.е.н., доцент, Пчелянська Г.Б., ст.викладач ОНАХТ	210
84.	ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТАНЦЮВАЛЬНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ Басюркіна Н.Й., д.е.н., доцент, завідувача кафедри, Салькова І. Ю., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	213
85.	ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ Ступницька Т.М., к.е.н., доцент, Приймак В.О., магістрант ОНАХТ	215
86.	ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ Свістун Т.В., к.е.н., доцент, Євтюхова І.В., магістрант ОНАХТ, м. Одеса	217
87.	ЕКОНОМІЧНА ОСНОВА ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНІХ ТРАНСПОРТНИХ ПІДСИСТЕМ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ Шевченко І. В., старший викладач ОНАХТ, м. Одеса	220
88.	СУЧАСНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ Купріна Н.М., к.е.н., доцент, Баранюк Х.О., аспірант ОНАХТ, м. Одеса	223
89.	ОСОБЛИВОСТІ ОРЕНДИ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛІСНИХ МАЙНОВИХ КОМПЛЕКСІВ ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ Ткачук Г.О., к.е.н., доцент ОНАХТ, м. Одеса	227
90.	ПРОБЛЕМИ ПРИДБАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ Ткачук Г.О., к.е.н., доцент, Євдосюк С.С., магістрант ОНАХТ, м. Одеса	229
91.	МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ Карчевская Е.Н., к.г.н., доцент, Лапицкая О.В., к.э.н., доцент Гомельский государственный технический университет им. П. О. Сухого	231
92.	ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ Агєєва І. М., к.е.н., доцент, Ринкова А.А., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	233
93.	НАЦІОНАЛЬНА КУЛЬТУРА ТА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ Ангелов Г. В., к.і.н., проф., Соловей А. О., к.і.н., доц., Кананихіна О. М., к.т.н., доцент, Ботіка Т. С., к.і.н., старший викладач, ОНАХТ, м. Одеса	235
94.	ВОЗРАСТАНИЕ РОЛИ ДУХОВНОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА Ангелов Г. В., к.і.н., проф., ОНАХТ, Ханц Куртакад, Любберштедт, Швейцария	238
95.	СОЦІОГУМАНІТАРНА СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ Ангелов Г.В., к.і.н., професор, Лар'яновський І.С., к.ф.н., ст. викладач, Алдабаєва Ю.С., ОНАХТ, м. Одеса	243
96.	ФОРМУВАННЯ ЦІНІСНО-ГУМАНІСТИЧНОГО ВЕКТОРА В СУЧАСНОМУ ІНЖИНІРИНГУ	247