

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



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

4 – 5 КВІТНЯ 2019 р.
м. Одеса

ЗМІСТ

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПИВОВАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Тимчук Ю. М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Науковий керівник – к.е.н., доц. Агеева І. М.

8

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОЛІЙНОЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ

Гуцалюк К. І., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Науковий керівник – д.э.н., проф. Савенко І. І.

9

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ» НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

Полоус Д. Т., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Науковий керівник – к.е.н., ст. викладач Дьяченко Ю. В.

11

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Уліцький А. М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н. М.

12

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ

Побережна О.Ю., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Наукові керівники - к.е.н., доц. Бахчиванжи Л. А; ст.викл. Євтушок О. В; асист. Значек Р. Р.

14

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Генчу О. М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Науковий керівник – к.е.н., доц. Устенко І. А.

16

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Ковальжи Л. В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н. М.

18

РОЛЬ ТА МІСЦЕ КЕРІВНИКА У ФОРМАЛЬНИХ ТА НЕФОРМАЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ: ШЛЯХИ ЕФЕКТИВНОЇ ЇХ ВЗАЄМОДІЇ

Слепенкова Л. С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Науковий керівник – к. е. н., доц. Каламан О. Б.

19

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Легендзевич К. В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Науковий керівник – к.е.н., доц. Ніколюк О. В.

21

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Лозовська Л. Ф., студ. ДВНЗ "Одеський коледж економіки, права та готельно-ресторанного бізнесу", м. Одеса

Науковий керівник – Ратушняк Л. В.

23

ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Соколовська А. Ю., студ. СВО "Молодший бакалавр", Одеський коледж економіки, права та готельно-ресторанного бізнесу, м. Одеса

Науковий керівник – викладач вищої категорії Момотлива С. Л.

25

покращення фінансових результатів діяльності закладу. Проте, ресторанне господарство є інвестиційно привабливою сферою, тут не знижуються темпи розвитку підприємництва. Вибір елементів просування в значній мірі залежить від сегменту ринку на якому працює заклад.

Науковий керівник – Ратушняк Л.В.

Література:

1. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика [Текст]: навч. посіб. / Т.Г. Діброва. – К.: «Видавничий дім «Професіонал»», 2009
2. Ромат Е. В. Реклама [Текст]: учеб. для вузов / Е. В. Ромат. – СПб.: Питер, 2001.–496с.
3. Головка Л.С. Умови формування конкурентного середовища в галузях туристичної індустрії та громадського харчування // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Стратегія розвитку туристичної індустрії та громадського харчування».-Київ.-2000.
4. Особливості функціонування підприємств в сфері ресторанного бізнесу [Електронний ресурс]: Ресурс наукових статей та конференцій – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/18_EN_2009/Economics/48509.doc.htm

ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Соколовська А.Ю., студ. СВО «Молодший бакалавр»

Одеський коледж економіки, права та готельно-ресторанного бізнесу, м.

Одеса

Актуальність обраної теми обумовлена доступністю значної кількості різноманітних товарів, ростом освітнього і культурного рівня, динамізмом життя, підвищенням інформованості, які знаходять відображення в різниці життєвих укладів і культури. Це в свою чергу приводить до суттєвої диференціації попиту, скорочує життєвий цикл товарів, змушує надавати виробам велику індивідуальність і скорочувати обсяги виробництва однотипних товарів. Таким чином, знижується виробництво стандартизованих товарів з певними характеристиками і збільшується виробництво товарів з особливими характеристиками, призначених для певної групи споживачів і здебільшого коротким життєвим циклом. Диференційовані вимоги споживачів примушують бізнес шукати нові підходи до спеціалізації, концентрації і кооперації виробництва.

В умовах ринкової трансформації економіки України розвиток підприємництва є основою економічного і соціального розвитку, вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян. Із моменту набуття Україною незалежності відбувалося поступове становлення вітчизняного підприємництва як самостійного соціально-економічного явища. За останні 20 років умови ведення підприємницької діяльності в Україні суттєво змінились. Вдосконалення законодавчої бази, поступове входження на світовий ринок, стабілізація економіки держави – все

це впливає на діяльність як українських, так і закордонних підприємств, що працюють в Україні.

Метою є дослідити та проаналізувати сучасний стан малого та середнього підприємництва в Україні.

На кінець 2017 року в Україні налічувалось 1973 тис. суб'єктів малого і середнього підприємництва (проти 1932 тис. в попередньому році), з яких 1,63 млн. фізичних осіб-підприємців і 343 тис. юридичних осіб-підприємців. Найбільша кількість малих і середніх підприємств традиційно зосереджена в м. Києві – 25%, Дніпропетровській – 11,2%, Донецькій – 6,8%, Харківській – 6,7%, Львівській – 5,5%, Київській – 5,5%, Одеській – 5,2% областях.

Слід зазначити, що кількість великих підприємств впродовж трьох останніх років значно зменшилась: з 659 одиниць у 2014 році, 497 – у 2015 році, до 423 – у 2016 році. В першу чергу це є наслідком ведення АТО і тимчасової окупації частини території східних регіонів, де здебільшого розміщувались великі промислові підприємства, та впливу загальнооекономічної кризи, що лише посилилась у зв'язку з подіями воєнного характеру.

Кількість малих підприємств у 2017 році зросла на 3,2 тис. одиниць (1%) і досягла майже 328 тис.. Проте, це не можна назвати успішними здобутками, оскільки це лише незначний крок в напрямку повернення втрачених у 2014 році позицій, коли кількість малих і середніх підприємств в порівнянні з попереднім роком скоротилась на 30 тис. одиниць. При цьому нинішній показник кількості підприємств малого бізнесу на 4% менший за значення 2010 року.

Основний позитив динаміки розвитку в категорії малого підприємництва відбувся за рахунок мікробізнесу. Так, кількість мікропідприємств у 2018 р. зросла на 5 тис. одиниць (2%) і досягла 284 тис. підприємств.

За видами економічної діяльності в структурі малих і середніх підприємств найбільша їх частка (27%) займалась оптовою та роздрібною торгівлею і ремонтом автотранспортних засобів, 14% – сільським, лісовим або рибним господарством, 12% – промисловим виробництвом, 9,5% – операціями з нерухомим майном, 9% – будівництвом, 8,5% – професійною та науково-технічною діяльністю, 4,5% – транспортом, складським господарством, 4,5% – адміністративним обслуговуванням, 4% – інформацією та телекомунікаціями, 2% – тимчасовим розміщенням й організацією харчування, 1% – освітою, 1% – охороною здоров'я, 1% – мистецтвом, спортом, розвагами, 1% – наданням інших послуг.

Із 1,63 млн. фізичних осіб-підприємців лише 307 суб'єктів, або 0,02%, за законодавчими критеріями відносились до середнього бізнесу, решта належали до малого, зокрема, мікробізнесу. Всього у фізичних осіб-підприємців працювало 660 тис. найманих працівників, з яких 28 тис – у фізичних осіб-підприємців середнього бізнесу.

З урахуванням 660 тис найманих працівників кількість зайнятих за категорією фізичні особи-підприємці склала 2,3 млн., або зменшилась в порівнянні з 2014 роком на 200 тис. (8%).

Фізичні особи-підприємці працювали переважно в сферах: торгівля та ремонт автотранспортних засобів – 55%, транспорт, складське господарство, пошта – 6,4%, інформація, телекомунікація – 6,3%, науково-технічна діяльність – 6,2%.

При цьому слід зауважити, що частка реалізованої фізичними особами-підприємцями продукції в загальних обсягах реалізації (включаючи і великі підприємства), зросла з 6,1 до 6,7% в порівнянні з 2014 роком.

Щодо виробленої продукції (товарів, послуг), то на великий бізнес у 2015 році припадало 40% загального обсягу, а на МСП (включаючи фізичних осіб) – 60%, з яких відповідно: середній бізнес – майже 38%, малий – 22%. При чому в порівнянні з 2014 роком на 2 % зменшилась питома вага великих підприємств і відповідно суб'єктів середнього підприємництва – на 2 % збільшилась, а частка малого підприємництва лишилась незмінною.

Розподіл підприємств за обсягом виробленої продукції у 2015 році мав наступне співвідношення: великі – 43,7% (2014 – 44,7%), середні – 39,7% (2014 – 38,2%), малі – 16,6% (2014 – 17,1%), з яких мікропідприємства – 5,1%.

При чому, великі підприємства мали найбільші обсяги виробництва: в промисловості – 60,2%, транспорті, складському господарстві, поштових послугах – 53%; середні підприємства: в охороні здоров'я та соцдопомоги – 72,6%, сільському, лісовому та рибному господарстві – 52,1%; малі підприємства: в освіті – 53%, операціях з нерухомістю – 47,3%, будівництві – 43,2%. За обсягом реалізованої продукції (товарів, послуг) на сектор МСП (включаючи фізичних осіб) у 2015 році припало 63%, відповідно, на великі підприємства – 37% загального обсягу реалізації. Зокрема, частка суб'єктів середнього підприємництва склала – 39%, а малих – 24%.

Якщо порівнювати з іншими країнами частку малого і середнього підприємництва в обсягах реалізації продукції (товарів, послуг), то у 2014 році в Україні вона склала 60,9%, що більше, ніж в Польщі (55,9%), Німеччині (47,1%), Словаччині (54,8%), Чехії (57,7%), але менше, ніж в Естонії, Латвії, Литві і Болгарії.

При здійсненні структурного аналізу сектору МСП в Україні простежується великий розрив між середніми показниками в групах суб'єктів підприємницької діяльності (мікро, малого, середнього бізнесу), при чому кількісні показники гуртуються ближче до нижнього значення граничного критерію кожної групи. Тому при здійсненні якісного економічного аналізу з метою розробки конкретних механізмів державної підтримки, доцільно відокремлювати малий бізнес від середнього.

Першочерговими завданнями для України в процесі втілення в життя європейських підходів до розвитку малого та середнього бізнесу є досягнення і формалізація домовленостей з ЄС щодо впровадження в Україні принципів, викладених в АМБ ("Акт з питань малого бізнесу").

Отже, в Україні на сьогоднішній день є багато проблем, що перешкоджають розвитку вітчизняного підприємництва, вирішення яких забезпечить підвищення ефективності підприємницької діяльності, забезпечить

розширення підприємницького сектора, зменшення тіньового сектору. Основну роль у цих перетвореннях повинна відігравати держава.

Науковий керівник – викладач вищої категорії Момотлива С. Л.

Література:

1. Лупенко Ю.О., Баліцька В.В., Мельник В.О., Демченко С.М. Розвиток підприємництва в Україні.-К.: Нора-друк, 2003.-246 с.
2. Проект розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.dtki.ua/state/entrepreneurship/419857>.
3. Щорічна оцінка ділового клімату в Україні [Електронний ресурс] // Програма USAID «Лідерство в економічному врядуванні» (USAID ЛЕВ). – 2016–2017 роки. – Постійне посилання http://www.ier.com.ua/files//Projects/2015/LEV/2016-2017_ABCA_

СФЕРА ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Шевченко В. С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Сфера послуг є важливим сектором економіки розвинутих індустріальних країн та займає все більш стійкі позиції у світовому господарстві. Для багатьох країн характерними є тенденції збільшення обсягів виробництва послуг, зростання доходів від сервісної діяльності, зростання зайнятості в цій сфері, загострення конкуренції, збільшення експорту та імпорту послуг. Актуальність усебічного дослідження ринку послуг зумовлена його багатогранністю та суспільною значущістю. Необхідність виявлення основних тенденцій та закономірностей розвитку сфери послуг із метою підвищення її конкурентних переваг зумовлює актуальність цієї роботи.

Мета дослідження полягає у визначенні особливостей розвитку сфери послуг у сучасному економічному просторі, аналізі структури виробництва послуг в Україні та визначенні пріоритетних напрямів економічної політики для забезпечення стійкого розвитку сфери послуг.

Ринок послуг порівняно з іншими ринками товарів має певні особливості та характеризується: високою швидкістю обороту капіталу внаслідок більш короткого виробничого циклу; територіальною сегментацією і локальністю; високою диференційованістю продукту в одній і тій же галузі; індивідуальністю і нестандартністю наданих послуг і технологій у багатьох галузях сфери послуг; високою невизначеністю результату під час надання послуг, наявністю асиметрії маркетингової інформації; високою чутливістю до ринкової кон'юнктури [1].

Зі сферою послуг у сучасному економічному просторі пов'язані практично всі види діяльності, причому послуги надають не тільки традиційно