

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ



ЗБІРНИК
НАУКОВИХ ПРАЦЬ
МОЛОДИХ УЧЕНИХ,
АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ

Одеса 2023

Наукове видання

Збірник наукових праць молодих учених, аспірантів та студентів

Матеріали, занесені до збірника, друкуються за авторськими оригіналами.
За достовірність інформації відповідає автор публікації.

Рекомендовано до друку та розповсюдження в мережі Internet Вченою радою
Одеського національного технологічного університету,
протокол № 14 від 20.06.2023 р.

Під загальною редакцією Заслуженого діяча науки і техніки України,
Лауреата Державної премії України в галузі науки і техніки,
д-ра техн. наук, професора Б.В. Єгорова
Технічний редактор Т.Л. Дьяченко

Редакційна колегія

Голова: Іванченкова Л.В., д.е.н., професор

Заступник голови Поварова Н.М., к.т.н., доцент

Члени колегії:

Агунова Л.В., к.т.н., доцент	Макаринська А.В., д.т.н., професор
Артеменко С.В., д.т.н., професор	Ніколюк О.В., д.е.н., професор
Басюркіна Н.Й., д.е.н., професор	Немченко В.В., д.е.н., професор
Бурдо О.Г., д.т.н., професор	Осадчук П.І., д.т.н., доцент
Бордун Т.В., к.т.н., доцент	Павлов О.І., д.е.н., професор
Верхівкер Я.Г., д.т.н., професор	Солоницька І.В., к.т.н., доцент
Гапонюк О.І., д.т.н., професор	Седікова І.О., д.е.н., професор
Гаркович О.Л., к.б.н., доцент	Сергеева О.Є., д.ф.-м.н., професор
Добрянська Н.А., д.е.н., професор	Семенюк Ю.В., д.т.н., професор
Жигунов Д.О., д.т.н., професор	Симоненко Ю.М., д.т.н., професор
Філіпенко О.І., к.філ.н., доцент	Скрипніченко Д.М., к.т.н., доцент
Згадова Н.С., к.е.н., доцент	Соловей А.О., к.т.н., доцент
Капрельянц Л.В., д.т.н., професор	Струк Б.І., к.п.н., доцент
Капустян А.І., д.т.н., доцент	Тіплов О.С., д.т.н., професор
Коваленко О.О., д.т.н., професор	Тележенко Л.М., д.т.н., професор
Косой Б.В., д.т.н., професор	Ткаченко О.Б., д.т.н., професор
Котлик С.В., к.т.н., доцент	Ткачук Г.О., д.е.н., професор
Козак К.Б., д.е.н., професор	Фесенко О.О., к.т.н., доцент
Лагодієнко В.В., д.е.н., професор	Хобін В.А., д.т.н., професор
Лебеденко Т.Є., д.т.н., професор	Хмельнюк М.Г., д.т.н., професор
Ломовцев П.Б., к.т.н., доцент	

Одеський національний технологічний університет

Збірник наукових праць молодих учених, аспірантів та студентів.

Міністерство освіти і науки України. – Одеса: 2023. – 395 с.

3. Tesla прозвітувала про рекордні квартальні поставки електромобілів. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/04/3/698701/>

4. Кобець Д.Л. Теоретичні підходи до формування маркетингової стратегії на підприємствах. URL: <http://elar.khmnu.edu.ua/bitstream/123456789/5868/1/%D0%9A%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D1%86%D1%8C.pdf> (дата звернення 25.04.2023)

УДК 339.138

ЗАГАЛЬНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Таранова О.Б., студентка СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Одеський національний технологічний університет м. Одеса

В умовах нестійкої політичної і економічної ситуації в Україні та фінансової кризи діяльність підприємств будівельного бізнесу гальмується наявністю значної кількості різного роду перешкод та проблем у даній сфері. В ході аналізу стану розвитку підприємств житлового будівництва України в роботі визначимо динаміку основних техніко-економічних показників розвитку підприємств будівельного бізнесу України за 2019 - 2021 рр. (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка техніко-економічних показників розвитку підприємств будівельного бізнесу України за 2019 - 2021 рр.

Показники	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Темп зростання (2021/2019)
Кількість будівельних підприємств, од.	56855	56926	56973	100,21
Обсяг виробленої будівельної продукції, млн грн	181697,9	202080,8	258073,6	142,03
Індекси будівельної продукції, у % до попереднього року	123,6	105,6	106,8	-
Обсяг капітальних інвестицій у будівництво, млн грн	62346 613	37980503	51832667	83,14
Загальна площа житлових будівель, прийнятих в експлуатацію, м ²	11029327	8451221	11433790	103,67
Співвідношення обсягів виконаних будівельних робіт до кількості будівельних підприємств, млн грн/підприємство	3,19	3,55	4,53	142,01
Фінансовий результат діяльності будівельних підприємств до оподаткування, які одержали прибуток, млн грн	24958,7	16418,9	3075,8 (січень-вересень)	-
Фінансовий результат (сальдо) до оподаткування, млн грн	8983,9	18466,7	1944,7 (січень-вересень)	-
Фінансовий результат (сальдо) до оподаткування, млн грн	15974,8	-2047,8	1131,1 (січень-вересень)	-
Середньооблікова кількість штатних працівників зайнятих у будівельній галузі, тис. осіб	193,73	195,82	218,74	112,91

Середньомісячна заробітна плата у розрахунку на одного штатного працівника зайнятого у будівельній галузі, грн	9356,0	9832,0	11289,0	120,66
--	--------	--------	---------	--------

Дані табл. 1 показують тенденцію до щорічного зростання кількості будівельних підприємств в Україні за 2019-2021 рр. на 0,21 % або на 118 од. Обсяг виконаних будівельних робіт підприємствами будівельної галузі України теж щороку зростає і становить у 2021 р. 258073,6 млн грн, що на 42,03 % або на 76375,7 млн грн більше ніж у 2019 р. Поряд з цим у 2020 р. особливо відчутним є падіння обсягу капітальних інвестицій у будівництво порівняно з 2019 р., що насамперед, пов'язано з пандемією.

За даними Держстату, обсяг виробленої підприємствами України будівельної продукції (або виконаних будівельних робіт) у 2021 році становив 253,9 млрд грн. Нове будівництво складало 29,6 % від загального обсягу, ремонт – 45,0 %, реконструкція та переоснащення – 25,4 %. Будівництво будівель становить близько 40 % загального обсягу робіт, інженерні споруди (дороги, трубопроводи, комунікації, залізниця, тощо) – 60 % (рис.1).

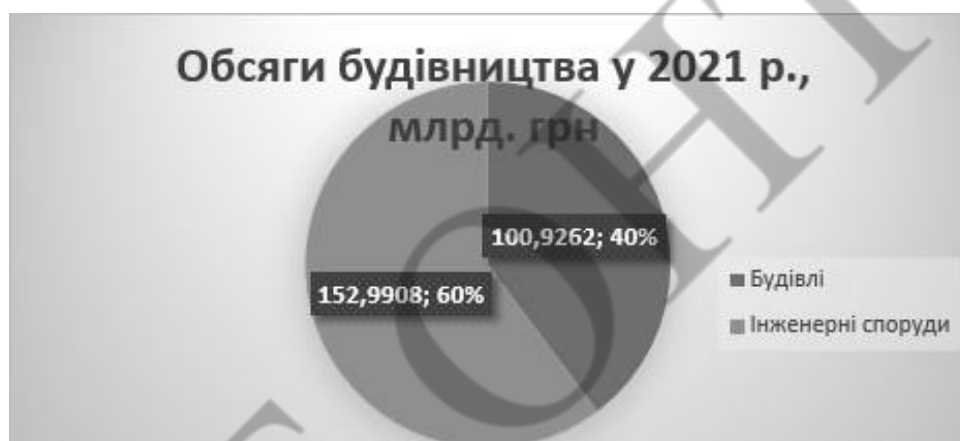


Рис. 1 – Обсяги будівництва у 2021 р., млрд.грн.

Чинники, зумовлені війною, вдарили по внутрішньому ринку будівельних матеріалів, суттєво зменшивши його масштаб. Загалом у першому півріччі 2022 великий відсоток підприємств був змушений призупинити виробництво або обмежити його, зважаючи на інтенсивні обстріли, високу вартість газу та низький попит на ринку.

Частина підприємств, які виробляли сировину та будівельну продукцію для українського та європейського ринків – повністю зруйнована.

У другому півріччі 2022 року основним викликом для повноцінної роботи підприємств стали ліміти обсягів електроенергії внаслідок пошкоджень енергетичної інфраструктури.

Тож сировину та/або матеріали, які ще донедавна виготовляли українські виробники, доводиться імпортувати, що також впливає на собівартість будівництва. Загалом ціни на будматеріали впродовж 2022 року піднялись у середньому на 60 %, роботи — на 30 % та продовжуватимуть свій ріст відповідно до росту курсу валют, інфляції.

Науковий керівник – к.е.н., доцент Лозовська Г.М.

Література

1. Аналіз стану розвитку підприємств будівельного бізнесу України під впливом пандемії Covid-19 URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=5185&i=14>

2. Не лише про дах над головою URL:
<https://www.epravda.com.ua/columns/2022/02/16/682376/>

3. В умовах війни: що відбувається у будівельному секторі URL:
<https://interfax.com.ua/news/blog/896001.html>

УДК 658.8:339.138:65.012.32 (075.8)

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ОБМЕЖЕНОСТІ РЕСУРСІВ

Узунова В.В., студентка СВО «Магістр» факультету ММтаПА
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Здійснення маркетингової діяльності є об'єктивною необхідністю сучасних агропромислових підприємств. Комплекс маркетингу підприємства має враховувати сучасні тенденції ринку, вподобання цільової аудиторії, прагнення підприємства реалізувати свою стратегію відповідно обраної місії.

Маркетингова діяльність агрофірм спрямована на те, щоб досить обґрунтовано, враховуючи запити ринку, встановлювати поточні і, головне, довгострокові цілі, шляхи їх досягнення та реальні джерела ресурсів господарської діяльності, визначати асортимент і якість продукції, її пріоритети, оптимальну структуру виробництва і бажаний прибуток. Як відзначають науковці, що досліджують сферу агропромислового маркетингу, «...Основне завдання управління маркетингом в агрофірмі полягає у тому, щоб синхронізувати процес управління елементами комплексу маркетингу у такий спосіб, щоб кожен з них, виконуючи своє функціональне призначення, одночасно сприяв підвищенню ефективності решти елементів і тим самим підвищував синергічний ефект» [1].

Для ефективного управління виробничим потенціалом підприємства необхідно впроваджувати маркетингові функції, адже вони становлять дієві методи для підвищення збуту продукції, що є важливим в умовах викликів економічного та воєнно-політичного середовища: високих темпів інфляції, зниження купівельної спроможності споживачів, зниження кількості споживачів внаслідок їх інтенсивної внутрішньої та зовнішньої міграції в умовах воєнного стану.

У агрофірмах України в штаті працівників посада маркетолога, як правило, відсутня, тому доцільно розподілити його функції між фахівцями (табл. 1). Таке рішення обумовлено задля зменшення витрат на виділення посади та її утримання, так як управління потенціалом підприємства в умовах глобальних викликів та воєнного стану здійснюється в умовах обмеженості його ресурсів. Це вимагає додати функції маркетолога в посадові інструкції, спираючись на досвід, особисті кар'єрні якості працівників, їх вміння та творчі здібності, які знадобляться для виконання маркетингових завдань.

В нових умовах в агропромисловому комплексі всі управлінські рішення в значній мірі визначаються перевагами і поведінкою споживачів. В зв'язку з цим, питання розуміння виробником особливостей поведінки споживачів продовольства і факторів, які його визначають, стають одним із найважливіших при плануванні і здійсненні управлінської діяльності на основі концепції маркетингу.

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
Мельниченко В.В.	326
ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	
Пономаренко О.Є.	327
МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТА СПОЖИВАЧІВ ПРОДУКЦІЇ ЗАТ «ОДЕСАКОНДИТЕР»	
Подуст Г.С.	329
СЕГМЕНТАЦІЯ СВІТОВОГО РИНКУ	
Потребенко Є.Ю.	331
УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ПРОЄКТАХ ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГУ: СТРАТЕГІЇ ТА МЕТОДИ	
Рибіна К.	332
КОНЦЕНТРОВАНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СТРАТЕГІЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРУ: ДОСВІД І РИЗИКИ ЗАСТОСУВАННЯ	
Сапуга А.	334
ЗАГАЛЬНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	
Таранова О.Б.	336
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ОБМЕЖЕНОСТІ РЕСУРСІВ	
Узунова В.В.	338
АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІГРИСТИХ ВИН НА ПРАТ «ОДЕСАВИНПРОМ» І МАРКЕТИНГОВІ ЗАХОДИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ	
Хоцевич С.О.	340
ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПЕРУКАРНІ «КАТРІН» (ФОП ДЕМЧЕНКО К.П.)	
Чабанова Є.Д.	343
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
Шукайло В.О.	345
АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗАХОДІВ І ЗАСОБІВ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ТОВ «СИЛЬПО-ФУД» В СЕГМЕНТІ СНЕКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ	
Юрій І.О.	346
BRANDING OF RURAL AREAS AS A MARKETING TOOL	
Bushko P.	348
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО СТРУКТУРНІ КОМПОНЕНТИ	
Герасимчук О.В.	350
TOOLS FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF THE MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES	
Zagora A.	353
ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ ОРІЄНТИРИ ЛІСОРЕСУРСНОГО РОЗВИТКУ НА ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ЗАСАДАХ	
Гладкий І.В.	355
REGARDING IMPROVING THE EFFICIENCY OF INTERNATIONAL ROAD TRANSPORTATION OF PARTY CARGO IN LOGISTICS CHAIN	
Zagora R.	357
	393