

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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



МАТЕРІАЛИ

VIII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

15 – 16 жовтня 2020 р.

**ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА
ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ**

Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції 15-16 жовтня 2020 р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2020. – 280 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.

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. - д.е.н., доц., Савенко І.І. - д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., доц., Каламан О.Б. – к.е.н., доц., Мельник Ю.М. – д.е.н., доц.

3. Біловодська О.А. Особливості маркетингової політики розподілу в Інтернет-середовищі / О.А. Біловодська, Д.В. Корінченко // Механізм регулювання економіки. – 2015. – № 2. – С. 45-53.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

Соколюк К.Ю., канд. екон. наук, старший викладач
Мунтян І.В., канд. соціол. наук, старший викладач
Одеська національна академія харчових технологій

В сучасних умовах стартап вирішує не лише проблеми розвитку малого бізнесу в країні, але й забезпечує розвиток великих компанії із наукоємкою продукцією. Розвиток ринку стартапів – одне із болючих питань сьогодення для української економіки.

Стартап (від англ. Start-up - запускати) - це компанія із короткою історією операційної діяльності [1]. Тобто це молода компанія, що знаходиться в процесі розвитку або дослідження ринку. Основна відмінна риса стартапу від звичайного бізнесу –інноваційність ідеї та продукту. Тобто, це бізнес що відкривається вперше та є абсолютно новим для окремо взятої країни або світу в цілому. Більшість стартапів вимагає великих інвестицій і має високу рентабельність. Проте, такий вид бізнесу є і досить ризиковим.

Особливими ознаками стартапів є:

- просування нових ідей;
- особливу цінність належить ІДЕЇ, а не прибутку;
- творцями стартапів є, в основному, молодь;
- високий ризик неповернення інвестованого капіталу;
- ініціативна група працює переважно на ідею, а не на прибуток;
- в більшості випадків є потреба в залученні інвестицій [2].

Стартапи поділяють на види в залежності від ознак (рис.1) [2].



Рис.1.- Класифікація стартапів

Світовий ринок стартапів наразі стрімко зростає. Основні питання, на які направлені розробки - ІТ-технології та захист навколишнього середовища й вирішення глобальних екологічних проблем. Приємно відзначити, що до розробки значної частини успішних проєктів причетні саме українські фахівці (Petcube – робот для домашніх тварин, Ugears – механічні 3D-пазли з дерева, iBlazr – зовнішній спалах для смартфона, Preply – платформа для пошуку репетиторів, Ecoisme – система домашнього енергоменеджменту [3]).

Аналіз розвитку ринку стартапів в окремих країнах Європи показав, що даний напрям є досить привабливим для інвесторів. Для прикладу, в Польщі за останні роки спостерігається стабільна тенденція до зростання вкладень в стартапи різного напрямку, не лише в ІТ-сфері (рис. 2).



Рис. 2. – Середньорічний приріст інвестицій в стартапи, Польща [1]

Для успішної реалізації бізнес-ідеї в Україні доцільно звертатись до стартап-інкубаторів та бізнес-акселераторів (модель підтримки бізнесів на ранній стадії, що припускає інтенсивний розвиток проєкту в найкоротші терміни [1] використовуючи «pre-seed» інвестиції, розвинену інфраструктуру, менторство).

Наразі в Україні створено доволі багато стартап-інкубаторів, найвідоміші з них:

- GrowthUP – засновано Денисом Довгополім. Надає доступ до навчальних програм, світового експертного досвіду, нетворкінгу стартаперам у сфері ІТ;

- EastLabs – засновник Віктор Пінчук. Фінансує в розмірі до 20 тис. дол., створення офісу, програми розвитку та забезпечує експертний консалтинг. В замін - передача інкубатору 15% акцій новоствореної компанії;

- Harry Farm - продовження конкурсу «Інноваційний прорив». Проєкти, що потрапляють в Harry Farm два місяці працюють із менторами щодо реалізації своїх проєктів;

- одеський стартап-інкубатор WannaBiz – спрямований на підтримку проектів у сфері веб і мобільних розробок. За інвестиції в розмірі до 20 тис. дол., забезпечення офісом, інфраструктурою та за менторство - 10-25% акцій новоствореної компанії [1].

Загалом, за оцінками експертів на ринку стартапів присутня велика кількість українських команд, які вже успішно працюють та мають великі перспективи щодо подальшого розширення своєї діяльності. Наразі, більшість проектів представлено в ІТ сфері. Враховуючи глобальні виклики пов'язані із світовою пандемією коронавірусної інфекції, подальший розвиток стартапів саме в напрямку діджиталізації та онлайн-послуг буде лише зростати. Тому ринок стартапів в Україні є перспективним та інвестиційно привабливим як для внутрішніх так і для зовнішніх інвесторів.

Література

1. Кращі бізнес-стартапи в Україні. URL: https://bankchart.com.ua/biznes/biznes_start/statti/kraschi_biznes_startapi_v_ukrayini
2. Что такое стартап. URL: <https://temabiz.com/terminy/chto-takoe-startap.html>
3. Made in Ukraine. Українські стартапи, які стали відомі на весь світ. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/made-in-ukraine-ukrainskie-startapy/>

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ТИХИХ ВИН В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Лозовська Г.М., к.е.н., доцент, Статєва М.С., асистент
Одеська національна академія харчових технологій

Пандемія коронавірусу стала випробуванням для всіх галузей світової та вітчизняної економіки. Не стало винятком й виноробство, яке для деяких регіонів України є основним сегментом сільського господарства. Наприклад, у Грузії та Молдові виробництво опинилися на межі банкрутства. Багато підприємств готуються скоротити значну частину співробітників.

Криза, спровокована пандемією коронавірусу, відправила українське виноробство в нокдаун: був повністю припинений експорт продукції, місцеві ритейлери, які торгували алкоголем, тимчасово призупинили його продаж, а компанії-виробники вже розглядають можливість оптимізації штату.

На даний момент, стан ринку вина можна констатувати як важкий: виробництво скорочується, якість сировинної бази не відповідає вимогам міжнародним стандартам, проблема залишається та поступово набуває ще більшої гостроти та актуальності, а відсутність належної державної фінансової підтримки виноградарства ставить під загрозу бізнес, який розвивався роками.

	Седіков Д. В. , аспірант, НАХТ, м. Одеса	
70	ОСОБЛИВОСТІ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СТАРТАП-КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ	197
	Седікова І. О. д.е.н., професор, Коренман Є. М., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса	
71	НОРМАТИВНЕ ПІДґРУНТЯ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	201
	Седікова І. О. д.е.н., професор, Ступницька М. І., магістр, ОНАХТ, м. Одеса	
72	ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В СИСТЕМІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ	203
	Удовиця О.Ф., к.пед.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
73	ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ	206
	Чабаров В.О., к.т.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
74	ОСОБЛИВОСТІ ПІДХОДІВ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	209
	Агеева І.М., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
75	ТЕОРІЯ ОБМЕЖЕНЬ: АСПЕКТ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	212
	Купріна Н.М., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
76	СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	214
	Агеева І.М., к.е.н., доцент, Русецька А.О., студентка, Севастьянов В.В., студент, ОНАХТ, м. Одеса	
77	ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	217
	Лагодієнко В.В., д.е.н., професор, Голодонюк О.М., ст. викладач, Мільчева В.В, виклада стажист, ОНАХТ, м. Одеса	
78	АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ АКТИВНОСТІ БРЕНДІВ ЯНТАРНОГО ВИНА НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ	219
	Брайко М.Г., ст. викладач, Глущенко І.В, магістр, ОНАХТ, м. Одеса	
79	КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПРОВІДНИХ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	222
	Голубьонкова О.О., к.е.н., доцент, Марющенко К.С., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
80	СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРА: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ	225
	Бахчиванжи Л.А., к.е.н, доцент, Євтушок О.В., к.е.н., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса	
81	РЕКЛАМА В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	227
	Донець Л.Я., к.т.н., доцент, Ніколюк О.В., д.е.н., професор, ОНАХТ, м. Одеса	
82	СУТНІСТЬ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ У АГРОПРОМИСЛОВІЙ СФЕРІ	229
	Значек Р.Р., к.т.н., ст. викладач, Ковалів І.О., асистент, ОНАХТ, м. Одеса	
83	ОСОБЛИВОСТІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ	231
	Значек Р.Р., к.т.н., ст. викладач, Мардар М.Р., д.т.н., професор, ОНАХТ, м. Одеса	
84	КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ	233
	Мільчева В.В., викладач-стажист, Бондарчук Д.О., студентка, ОНАХТ, м. Одеса	
85	СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ	235
	Соколюк К.Ю., к.е.н., старший викладач, Мунтян І.В., к.с.н., старший викладач ОНАХТ, м. Одеса	
86	МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ТИХИХ ВИН В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	237
	Лозовська Г.М., к.е.н., доцент, Статєва М.С., асистент, ОНАХТ, м. Одеса	
87	ОСНОВНІ ЗАСОБИ ПІДПРИЄМСТВА: АСПЕКТИ СУТНОСТІ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ	240