

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



ТЕЗИ

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

**2 – 3 КВІТНЯ 2020 р.
м. Одеса**

для реалізації експортного потенціалу України на ринку молочних продуктів, необхідною умовою є зміна структури виробництва молока і підвищення в ній частки сільськогосподарських підприємств [4].

Важливо також усвідомити, що побудувати в Україні конкурентоспроможну модель можна лише за умов формування оптимального співвідношення частки приватних господарств населення, сімейних ферм і спеціалізованих великотоварних господарств, що забезпечить зниження собівартості молока і підвищення ціни за рахунок вищої якості продукції.

Науковий керівник – к.е.н., доц. Шалений В.А.

Література:

1. Канінський П.К. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку: підручник. Київ: ННЦ ІАЕ, 2015. 292 с.
2. Кернасюк, Ю. Молочний сектор : реалії і перспективи [Електронний ресурс] / Юрій Кернасюк // Агробізнес сьогодні. №6(301). березень 2015. URL : <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/2805-molochnyi-sektor-realii-i-perspektivy.html> (дата звернення 05.03.2020)
3. Моргун, О. В. Напрями розвитку молочної галузі та молокопереробної промисловості / О.В.Моргун // Економіка АПК. 2012. № 7. С.62-63.
4. Постернікова, О. О. Розвиток ринку молока та молочних продуктів в Україні / О.О.Постернікова // Придніпровський науковий вісник. 2018. №11. С. 98-101.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 15.03.2020)

БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ ДИТЯЧОГО КАФЕ

Ніколаєва К.М. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТЗіЗБ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Утримання та виховання дитини вимагає значних сум грошей. Починаючи від новонародженого малюка, який росте не по днях, а по годинах, і разом з ним збільшуються його потреби. За деякими підрахунками, сума, яку батьки витрачають на те, щоб вивести дитину в життя, перевищує вартість дорогого автомобіля. На що йдуть всі ці гроші – на памперси, коляски, одяг, іграшки, книги, комп'ютери, MP-3 плеєри, освіту, лікування, всілякі розваги тощо. Власне, всі ці гроші де? На рахунку тих компаній, що надають товари та послуги, спрямовані на дітей. [1]

Бізнесам, кінцевими споживачами яких є діти, притаманні кілька важливих тенденцій. По-перше, це – стабільність попиту: щорічно в Україні народжується близько 500 тис. дітей. Діти ростуть дуже швидко, тому багато речей доводиться купувати знову або замінювати в силу їх неактуальності. По-друге, вплив кризових явищ незначний: на дітях, як правило, не економлять. Батьки можуть відмовитися від багатьох покупок для себе, але все одно будуть вкладати гроші у свою дитину.

За оцінками експертів, річний оборот ринку дитячих товарів і послуг в Україні становить близько 25 млрд грн, і щорічно цей показник збільшується на 15-20%. [2]

Маленькі члени нашого суспільства є завсідниками різноманітних закладів громадського харчування. Що цікаво, з цієї сфери дітей чомусь найбільше тягнуть фаст-фуди. У цьому напрямку все ще не зайнята на нашому ринку ніша спеціалізованих дитячих кафе, розрахованих конкретно на відвідувачів-дітей з відповідним меню, атмосферою та обстановкою.

Як і в будь-якому іншому напрямку бізнесу, великі шанси на успіх мають нестандартні ідеї, а також заповнення незайнятих ніш.

Послуги, які організовують в закладах ресторанного господарства для дітей можемо поділити за такими ознаками: за активністю (пасивні та активні послуги); за систематичністю (щоденне, щотижневе, відпускне, святкове); за довгочасністю (короткострокове, довгострокове, непостійне); за напрямками діяльності.

Для дітей доцільнішим є активні послуги, такі як танці, ігри, але й добре організовані пасивні – програми, вистави, що не залишають байдужими жодної дитини. Найкраще організовувати в закладах ресторанного господарства щотижневі – на вихідний день та святкові – на день народження послуги

Довгочасність святкування залежить в першу чергу від дитячого віку. Зустрічається тенденція запрошення на дитяче святкування аніматорів, клоунів. Деякі заклади, в яких введені такі послуги надають власний персонал аніматорів, але зустрічаються випадки, коли в заклади ресторанного господарства запрошують аніматорів зі спеціалізованих підприємств по організації свят.

Для дитячого контингенту старше 12 років при організації свят у закладах ресторанного господарства здійснюється у стилізація під доросле святкування. При обслуговування дитячого контингенту в закладах ресторанного господарства звертається особлива увага на підбір персоналу, який працює з дітьми – вихователів, клоунів, фокусників та акторів. Такий персонал повинен бути кваліфікованим, досвідченим та мати педагогічну освіту, що є особливою вимогою для обслуговування дітей в закладах ресторанного господарства.

Послуги для дітей в закладах ресторанного господарства повинні організовуватись так, щоб було поєднання розвитку дитини та харчування, а також щоб батьки не переживали про дітей під час перебування в ЗРГ.

Заклади ресторанного господарства, в яких є дитяче меню спрямовані на обслуговування дитячого контингенту. Асортимент страв в дитячих меню залежить від типу закладу, наявності продуктів, сезону та ін.

Зустрічається тенденція разом із повсякденним дитячим меню розробляти також меню дитячих бенкетів. Бенкети для дітей розраховані на заходи, які мають велике значення для дитини, наприклад, день народження, початок та завершення навчального року, день Святого Миколая та ін.

Зазвичай, страви такого меню готуються із дієтичних продуктів, характерний менший об'єм і ціна, відповідно менша. У більшості випадків батьки здійснюють замовлення страв з меню, а дозамовлення можуть здійснити вже діти. Загальні правила складання дитячого меню вимагають, щоб страви були збалансованими за харчовою та енергетичною цінністю, а також були

максимум корисні. Термін видачі страв дитячого меню має бути найкоротшим, адже діти довго чекати замовлені страви не будуть.

При складанні меню для дитячих закладів ресторанного господарства спостерігається тенденція включати страви з дитячими назвами та іменами казкових героїв, відповідним тематичним оформленням, наприклад: гамбургер «Колобок»; сирна піца «Мрія Роккі»; помідор, фарширований креветками «Містер Томато»; курячі котлети «Міньйон»; картопля фрі «Губки Боба»; чай «Жасмин».

Успіх дитячого кафе буде залежати від того, наскільки продуманим і зручним буде формат закладу. При цьому важливо враховувати думку і дітей, і дорослих.

З чого починати підприємцю, який хоче відкрити дитяче кафе? Варіантів може бути два:

Провести аналіз ринку, оцінити попит, розробити концепцію, скласти бізнес-план – і потім шукати під цей проект відповідне приміщення. [3]

Спочатку вибрати приміщення – і тільки потім продумувати концепцію, підлаштовуючи її під особливості планування.

Набагато доцільніше спочатку визначитися з приміщенням, а потім розробити проект саме під нього. По-перше, так ви зможете продумати простір – а для дитячого кафе, з його складним плануванням, це важливо. По-друге, знайти відповідне приміщення важче, тому починати потрібно саме з цього питання. А потім переходити до організації бізнесу.

Зайнятися цим питанням потрібно заздалегідь. По-перше, тому що при реєстрації бізнесу доведеться надавати договір на оренду приміщення та отримувати дозвільну документацію для роботи в конкретному приміщенні. По-друге, знайти відповідне приміщення не так просто. Складнощі пов'язані з тим, що до закладів громадського харчування застосовуються жорсткі вимоги, яким воно повинно відповідати. По-третє, дитяче кафе передбачає особливу зону-вання, планування, оформлення. Часто виникає необхідність в бувальцях, на які погодиться не кожен власник приміщення.

Дуже пощастить, якщо вдасться знайти приміщення, де раніше розташовувалося заклад громадського харчування. Так ви заощадите на оформленні документації і, можливо, на частини обладнання. Часто подібні приміщення здаються вже з витяжкою, вентиляцією, кондиціонерами.

При виборі приміщення є два головні критерії: його територіальне розташування і стан самого приміщення. Вигідна локація буде хорошою рекламою, а хороший стан приміщення скоротить витрати на ремонт і час підготовки до відкриття. Правильне розташування стане хорошою рекламою для вашого закладу.

Найвигідніші місця, де варто відкрити дитяче кафе: торгові центри; в спальному районі на вулицях з високим пішохідним трафіком; парки, сквери, набережні; приміщення поруч з дитячими закладами.

Проведений аналіз дитячих кафе в м. Одеса показав, що біль-шість подібних закладів розміщено в торгових центрах та парках, скверах, набережних.

На нашу думку гарною ідеєю буде розміщення дитячого кафе в новому спальному районі м. Одеса, де таких закладів ще мало. Для реалізації нашого проекту ми вибрали ЖМ «Райдужний».

Результати розрахунків свідчать, що даний проект є прибутковим, всі показники ефективності інвестиційного проекту, а саме коефіцієнт ефективності інвестиційних витрат, термін окупності, рівень рентабельності продажів – знаходяться в допустимих межах, розрахований середній чек відповідає рівню середнього чеку подібних закладів. Отже можна зробити висновок, що даний інвестиційний проект доцільно прийняти до впровадження.

Науковий керівник – к.е.н., доц. Свистун Т.В.

Література:

1. Обзор рынка детских товаров [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://raspashonka.ua/reviews/obzor-rynka-detskikh-tovarov-za-proshlyu-god/>.
2. Недетский оптимизм рынка детских товаров-2018. [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://sd.net.ua/2018/01/13/nedetskiy-optimizm-rynka-detskih-tovarov-2018.html>.
3. Як відкрити дитяче кафе: детальний план дій [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://namillion.com/kak-otkryt-detskoe-kafe.html>.

ТЕНДЕНЦІЇ ПРИБУТКОВОСТІ КОНДИТЕРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Пакуленко О.В. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТЗіЗБ

В останні роки кондитерський ринок в Україні потерпів змін, спричинених економічною кризою, зменшенням купівельної спроможності населення, підвищенням цін на товари та складною ситуацією на сході України [1, с 43].

Динаміка виробництва кондитерських виробів показує, що впродовж досліджуваного періоду загальний обсяг виробництва характеризувався нестабільністю. Цьому є пояснення - зменшення попиту відбувається в залежності від коливань ринковою кон'юнктурою та раптовими кризовими явищами.

Серед причин спаду виробництва кондитерських виробів свою роль зіграли девальвація гривні, зниження купівельних можливостей населення, закриття російського ринку, зростання цін сировину, демографічна криза.

Ринок кондитерських виробів України представлений досить великою кількістю виробників з орієнтацією на споживачів. Основними виробниками кондитерських виробів в Україні є [1, с 43]:

- кондитерська корпорація «Roshen» – безперечний лідер ринку кондитерської продукції. «Roshen» стабільно входить у топ-100 кондитерських компаній світу;

- «Конті» – входить у трійку лідерів українського ринку кондитерських виробів. Щомісяця на фабриках групи виробляється 17 тис. т продукції. Щорічно компанія експортує майже 30% виробленої продукції;

- Науковий керівник – ст. викл., к.е.н. Кривоногова І.Г.
87. ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ УКРАЇНИ
Пакуленко О.В. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТЗіЗБ
Одеська національна академія харчових технологій 207
Науковий керівник – к.е.н., доц. Бровкіна Ю.О.
88. РИНОК МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН
ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
Кошова Т.О. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТЗіЗБ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 208
Науковий керівник – к.е.н., доц. Шалений В.А.
89. БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ ДИТЯЧОГО КАФЕ
Ніколаєва К.М. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТЗіЗБ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 212
Науковий керівник – к.е.н., доц. Свистун Т.В.
90. ТЕНДЕНЦІЇ ПРИБУТКОВОСТІ КОНДИТЕРСЬКИХ
ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ
Пакуленко О.В. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТЗіЗБ 215
Науковий керівник: Савченко Т.В., к.е.н., доц.
91. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА
МЕТОДИ ЇХ УСУНЕННЯ НА ПІДПРИЄМТСВАХ
Пакуленко О.В. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТЗіЗБ 217
Науковий керівник: доц. Колесник В.І.
92. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІРЮЗОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В
УКРАЇНІ
Путренко Є.С., студ. Одеського технічного коледжу
Одеської національної академії харчових технологій
Науковий керівник: викладач-методист кафедри економіки ОТК 219
ОНАХТ Коробкіна О.В.
93. УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТОМ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ГОТЕЛЮ
ФОП «ALEX DREAM GUEST HOUSE “ У С. САНЖІЙКА
ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ
Козуб С. С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТЗ іЗБ 222
Науковий керівник – к.е.н., ст. викладач Константинова Т.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
94. ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В
УКРАЇНІ
Галкіна І.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТтаТХПіПБ 224
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – к.е.н., доц. Ткачук Т.І.
95. ТЕНДЕНЦІЇ СТВОРЕННЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО
ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ
Каразмфір Т.І., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК 226
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – к.е.н., доц. Ткачук Т.І.