

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



ТЕЗИ

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

**6 – 7 КВІТНЯ 2021 р.
м. Одеса**

- має залежність широкого асортименту продукції підприємства від фактору сезонності виробництва і поставки сировини. [2]

У зв'язку з відносно низькими питомими витратами на початкове обзаведення ресторанним бізнесом багато підприємців високо мотивовані починати і розвивати свою справу. Крім цього, окремі форми обслуговування ще в більшій мірі характеризуються малою капіталізацією (наприклад, організація обіду на дому, харчування на підприємстві-замовнику і т.п.). З іншого боку, на підприємствах галузі висока товарооборотність, швидкість обороту коштів, що забезпечує швидку окупність вкладень за відносно нетривалий період часу.

У ресторанній справі досить значні позиції тіньової економіки. Це викликано тим, що висока частка розрахунків здійснюється за готівкові кошти (варто зауважити, що саме в готівковій грошовій формі кошти є найбільш ліквідними з усіх існуючих).

Можливість ведення господарських операцій за межами організованого обліку дозволяє багатьом підприємницьким структурам це використовувати в цілях досягнення власних конкурентних переваг, що в даному контексті є явним організаційно-економічною перевагою цієї сфери діяльності в порівнянні з багатьма іншими.

Очевидно, що продукція сфери ресторанного бізнесу є реально доступною для високоприбуткових верств населення та представників так званого «середнього» класу. З ростом якості життя в країні і регіоні і, як наслідок, підвищенням платоспроможності споживача, з одного боку, а з іншого - підвищенням ролі сфер відпочинку, дозвілля, розваг збільшується «ресторанна» складова відповідної комплексної соціальної послуги. Все це додатково стимулює бурхливий розвиток ресторанної справи в нашій країні.

Література:

1. Гірняк Л. І. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. №16. С. 71-76.
2. Малиновська О. Ю. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні. *Географія та туризм*. 2019. Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/malynovska.htm.

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ ЗАМІСЬКОГО КОМПЛЕКСУ В РАМКАХ РОЗВИТКУ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

Саламаха Г. С., студентка спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Бакалавр», Факультет технології зерна і зернового бізнесу

**Науковий керівник: Свистун Т. В., к.е.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Кожна людина має потребу у відпочинку, проведенні дозвілля. На думку фахівців найбільш важливий і ефективний в умовах постійних психічних перевантажень і гіподинамії – активний відпочинок на лоні природи.

Крім тривалого (щорічного) відпочинку велике значення має і короткочасний (щотижневий) відпочинок. Медичні та психофізіологічні дослідження показують, що кілька тижнів річного відпустки не можуть зняти втому, що накопичилася за рік напруженої праці так, як це робить ритмічно розподілений протягом усього року щотижневий відпочинок [1].

Тому короткочасний відпочинок має важливе значення. У той же час у вихідні дні мало хто забажає їхати відпочивати за багато кілометрів від міста, заміські дозвілля стають заміниками відпочинку на дачі. Тому серед міського населення набирає популярність відпочинок в заміських комплексах.

Перевагою заміського відпочинку є і його економічна складова. В умовах економічної кризи в Україні значно знизився відсоток населення, яке має можливість користуватися послугами комфортабельних курортно-оздоровчих комплексів (особливо зарубіжних), здійснювати далекі подорожі та екскурсії. Крім того, перебуваючи поблизу від міста, в разі виникнення нагальної потреби відпочиваючий в будь-який час може перервати свій відпочинок, не зазнавши при цьому серйозних матеріальних витрат. Навіть для тих, хто вважає за краще проводити довгоочікувану відпустку на далеких теплих курортах, відкриття бази відпочинку в мальовничих околицях рідного міста стане прекрасним приводом провести там вихідні, відсвяткувати сімейну дату, весілля, влаштувати риболовлю, ігри на свіжому повітрі і багато іншого. Ринок заміського відпочинку не досяг свого насичення навіть наполовину, але розвивається бурхливими темпами і має дуже великий потенціал зростання в багатьох регіонах країни [2].

З огляду на все вище зазначене відкриття заміського комплексу є перспективним напрямком бізнесу.

Незважаючи на величезний потенціал розвитку ринку заміського відпочинку, в даній сфері можна виділити наступні проблеми і перешкоди:

1. Брак об'єктів розміщення, які орієнтовані на великий потік постояльців.

2. Транспортні проблеми - часто на заміські бази, віддалені від проїжджих частин і залізничного полотна можна дістатися тільки на власному автомобілі. Тобто значним чином відсівається сегмент споживачів послуг, які не мають автомобіля в розпорядженні і просто не можуть дістатися до неї. Такий сегмент складають студенти в першу чергу, серед яких насправді даний вид відпочинку мав би місце бути.

3. Невисокий рівень сервісу і культури відпочинку. Більшість жителів міст проводять вихідні лежачи перед телевізором і тільки невелика частка вибирається на свіже повітря.

4. Нерівномірність розвитку туризму по країні.

5. Слабке просування продукту «відпочинок всередині країни», «відпочинок на вихідних».

6. Відсутність збору і аналізу інформації статистичного характеру про внутрішній туризм в країні.

Проектований комплекс планується розмістити в с. Маяки. В даному регіоні на ринку заміського відпочинку було виявлено 5 компаній.

Основні конкурентні переваги, використовуючи які наш комплекс планує зайняти 8% цього ринку – вигідне місце розташування (поблизу міста, але на березі водойми), великий спектр послуг високої якості, орієнтація на широкі верстви споживачів.

Цінова категорія, в якій представлені послуги комплексу займає середній ціновий діапазон.

Місія закладу – завоювання значної частки ринку заміського відпочинку та активного дозвілля людей на лоні мальовничої природи з міським комфортом за доступною ціною.

Аналіз отриманих результатів, дозволяє зробити висновок про те, що планований заміський комплекс буде в силах розплатитися за своїми зобов'язаннями, ефективно використовувати активи і мати достатню фінансову стійкість.

Література:

1. Зарудна О. І., Мураль Н. І. Синдром хронічної втоми та сучасне суспільство. *Медсестринство*. 2013. №4. С. 58–61.
2. Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. №4. С. 68–72.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ТА ПРИВАБЛИВІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ШОКОЛАДНИХ ВИРОБІВ

Шарова Д. А., студентка спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Бакалавр», Факультет технології зерна і зернового бізнесу

Науковий керівник: Савченко Т. В., к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Український ринок шоколаду характеризується насиченістю продукції як вітчизняного, так і зарубіжного виробництва. Щороку поставляються мільйони тон цього продукту, але, на превеликий жаль, дуже часто цей товар є не таким якісним, як зазначається у нормативних і товаросупровідних документах. Проблема полягає в тому, що нещодавно Європа ухвалила закон, який дозволяє вводити до шоколадної маси до 5% заміників какао-масла. Український стандарт дозволяє введення таких компонентів до 2-3%. Із-за кордону надходить величезна кількість шоколаду за євронормами, які поки що несумісні з вітчизняними. Саме тому одним із завдань дослідження є визначення основних особливостей ринку шоколаду. Вивчення особливостей насичення українського ринку якісним шоколадом на сьогодні є дуже актуальним, оскільки нещодавно було введено на європейському рівні вищезазначений закон.

Виходячи з того, що ринок шоколаду та шоколадних виробів є досить насиченим, а його динамічність характеризується цілим рядом ознак, зокрема, попитом, який постійно зростає, формуванням такого сегмента, як «преміум» та ін., підвищена увага до цієї продукції з боку виробників, науковців і споживачів свідчить про постійне зростання його популярності.

133. **ДОСЛІДЖЕННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ БОРОШНА В УКРАЇНІ** 279
Міхасенко О.В., студентка спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Бакалавр», Факультет технології зерна і зернового бізнесу
Науковий керівник: Басюркіна Н. Й, д.е.н, професор
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
134. **ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕКОНСТРУКЦІЇ КОНСЕРВНОГО ЗАВОДУ** 281
Вівіровська О. А., студентка спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Бакалавр», Факультет технології зерна і зернового бізнесу
Науковий керівник: Басюркіна Н. Й, д.е.н, професор
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
135. **РИНКОВІ ВІДНОСИНИ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ** 283
Паскаренко О. В., студентка спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Бакалавр», Факультет технології зерна і зернового бізнесу
Науковий керівник: Свистун Т. В., к.е.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
136. **ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ ЗАМІСЬКОГО КОМПЛЕКСУ В РАМКАХ РОЗВИТКУ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ** 284
Саламаха Г. С., студентка спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Бакалавр», Факультет технології зерна і зернового бізнесу
Науковий керівник: Свистун Т. В., к.е.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
137. **КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ТА ПРИВАБЛИВІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ШОКОЛАДНИХ ВИРОБІВ** 286
Шарова Д. А., студентка спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Бакалавр», Факультет технології зерна і зернового бізнесу
Науковий керівник: Савченко Т. В., к.е.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
138. **УДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ПОСЛУГ WELLNESS-ІНДУСТРІЇ** 288
Купріянова О. С., студентка спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Бакалавр», Факультет технології зерна і зернового бізнесу
Науковий керівник: Савченко Т. В., к.е.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
139. **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ** 289