

**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**

«штучний інтелект», який самостійно досліджує клієнтські переваги. Недолік такої програми – висока вартість упровадження.

Багаторічні дослідження програм лояльності показали, що: програми лояльності призводять до скорочення переходу покупців до іншого бренда на 30% та до зростання обороту товарів на 10%; утримання лише на 5% від загальної кількості покупців призводить до зростання отриманого від них прибутку на 50-85%; витрати на залучення нових покупців у 5-10 разів перевищують витрати на утримання існуючих; 20% покупців забезпечують 80% прибутків, саме на утримання цих покупців повинні бути спрямовані програми лояльності [2, с. 41].

Науковий керівник – к.е.н., доц. Бровкіна Ю.О.

Література:

1. Развитие программ лояльности в Украине [Електронний ресурс]/ IFAK Ukraine маркетинговые исследования [сайт]. – Режим до ступу до ст.: http://www.ifak.com.ua/wp-content/uploads/ads/IFAK_LoyaltyForum_oct2010.pdf – Назва з екрану.
2. Н. Пазюк. Програми лояльності для фармацевтической компании/ Н. Пазюк//Маркетинг в Україні, № 6, 2013. – с. 41-43.

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

В сукупності продовольчих товарів важливе місце належить молочній продукції. Забезпеченість населення країни життєво необхідними продуктами харчування, що виробляються з молока, залежить від розвитку такої складової ринку продовольства як ринок молока і молочної продукції [1].

При необхідному матеріально-технічному забезпеченні, удосконаленні соціально-економічних відносин та раціональній структурній перебудові галузі виробництво молока на душу населення можна довести до 450-500 кг, що зумовлює орієнтацію України не тільки на самозабезпечення населення молочними продуктами у межах науково обґрунтованої норми споживання, але й на експорт їх значної частини [2].

Аналіз вітчизняного ринку молочної продукції

Дієвість ринку молока і молочної продукції на сучасному етапі трансформації механізму господарювання зумовлюється впливом ряду чинників мікро- та макроекономічного характеру. Зокрема, негативний вплив на його функціонування здійснило зниження платоспроможного попиту населення, порушення еквівалентності у товарообміні між окремими ланками молокопродуктового підкомплексу, зміна міжгосподарських та міжгалузевих зв'язків суб'єктів молокопродуктового підкомплексу [3].

Основними аспектами, які потребують висвітлення з позиції функціонування ринку молока та молокопродуктів є наступні питання:

- забезпечення сировиною (в тому числі потужності для виробництва сировини, встановлення цін на продукцію, параметри якості, формування стійких каналів постачання тощо);
- наявність і використання потужностей для переробки сировини;
- обсяг виробництва продукції, її асортимент і розподіл між головними учасниками ринку;
- визначення пропорцій виробництва і споживання молока та продуктів його переробки.

Комплексний характер ринку молока та молочних продуктів, який охоплює виробничі потужності сільськогосподарських підприємств та населення, переробних заводів та розподільчих мереж, обумовлює високий рівень залежності загальних показників від поголів'я тварин. Починаючи з 1992 року, чисельність поголів'я корів постійно скорочується. Так, у порівнянні із 1991 роком, кількість корів в Україні зменшилася у 6,7 разів. Окрім цього суттєво погіршилася також структура утримання тварин – більшість тварин сьогодні утримуються в господарствах населення, тоді, як у 1991 році цей показник становив лише 14,4 %, в 2017 році він склав 67 %. Відмітимо, що структура утримання корів за категоріями господарств уже протягом 6-7 років практично не змінюється [4].

Переважає господарств населення в структурі поголів'я корів є негативним чинником. Так, в більшості господарств населення відсутня будь-яка селекційна діяльність, відповідно, наявні там тварини мають переважно низький потенціал. В результаті економіка щороку недоотримує тисячі тонн молочної сировини. Окрім цього, в господарствах населення відсутні умови для забезпечення високої якості кормів і самого молока. В результаті, більша частина молока, яке надходить на переробні підприємства має низьку якість.

Станом на 1.12.2018 року в Україні налічувалося 2017,8 тис. корів. З них 464,1 тис. (23 %) – в сільськогосподарських підприємствах. У порівнянні із 1991 роком чисельність поголів'я корів зменшилася на 75 %, у порівнянні із 2001 р. – на 57,5 %, у порівнянні із 2011 – на 20 %. Тенденція до скорочення поголів'я триває. В середньому на одну область країни за винятком АР Крим і окупованих територій Донецької та Луганської областей припадало 90,7 тис. корів. Найбільше у Вінницькій області – 157,7 тис. голів [5].

Негативна динаміка поголів'я корів має чіткі причини, обумовлені тривалою кризою тваринництва. Серед головних причин – збитковість традиційних способів утримання і відгодівлі тварин, а також порушення господарських відносин, руйнування майнових комплексів сільськогосподарських підприємств і відсутність чіткої державної політики розвитку тваринництва.

З точки зору пропозиції молока, зменшення поголів'я корів частково компенсується зростанням продуктивності тварин. Так, середньорічний надій на одну корову за результатами 2018 року склав 4735 кг. Це на 65,4 % більше, ніж у 1991 році, у 2 рази більше, ніж у 2000 році і на 16 % більше, ніж у 2011 році. Важливо відмітити, що продуктивність корів продовжує зростати.

Характерно, що в сільськогосподарських підприємствах зростання продуктивності вище, ніж у господарствах населення. У порівнянні із 1991 роком зростання склало 92 %, у порівнянні із 2010 роком – 42 %. Така відмінність у динаміці пояснюється кращим рівнем селекції та кормозабезпечення тварин в сільськогосподарських підприємства, які, на відміну, від господарств населення, володіють доступом до якісного репродуктивного матеріалу, а також мають серед своїх працівників професійних зоотехніків [4]. Загальна динаміка виробництва молока в Україні наведена в таблиці 1.

Таблиця 1. Виробництво молока в Україні за роками, тис. тонн

Показник	2016	2017	2018	2019	2019 до 2018, %
Господарства усіх категорій	10615	10382	10280,5	10064	97,9
Сільськогосподарські підприємства	2669,2	2705,6	2765,7	2755,7	99,6
Питома вага, %	25,1	26,1	26,9	27,4	0,5
Господарства населення	7946,2	7675,9	7514,8	7308,3	97,3
Питома вага	74,9	73,9	73,1	72,6	-0,5
На одну особу	247,8	243,3	242,6	238,7	98,4

Як бачимо з таблиці, обсяг виробництва молока в країні в 2019 році склав 10,1 млн. тонн. При цьому, в сільськогосподарських підприємствах було вироблено лише 2,8 млн. тонн. Більшість молока – майже 7,3 млн. тонн було вироблено в господарствах населення. Слід зауважити, що зниження виробництва молока зафіксовано як по сільськогосподарським підприємствам, так і у господарствах населення. В господарствах населення скорочення обсягів виробництва значно відчутніше, ніж на підприємствах. Супутнім показником, який в певній мірі характеризує рівень продовольчої безпеки країни є обсяг виробництва молока на душу населення. В 2019 році цей показник склав 238,6 кг молока на людину, а це на 1,6 % менше, ніж у 2018 році.

Обсяг виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах і в господарствах населення формує сировинну базу для переробних підприємств. Середня ціна купівлі молока в 2018 році становила 4913,1 грн за 1 тонну. При цьому, молоко від сільськогосподарських підприємств купувалося в середньому за 5477,3 грн за тонну, від населення – за 3829,9 грн за тонну, що менше на 30 %. Основна причина такої цінової різниці – суттєво нижча якість молочної сировини, отриманої від населення. Понад 85 % молочної сировини, закупленої у населення – це молоко II гатунку. Молоко I гатунку, куплене у населення складає менше 10 % від загальної кількості, решту – негатунокове молоко. На відміну від цього, молочна сировина, отримана від сільськогосподарських товаровиробників має суттєво кращу якість – 10-14 % – молоко класу екстра, 35-36 % – вищий гатунок, 42-49 % – I гатунок, молоко,

нижче I гатунку – менше 7 %. При цьому, в 2019 році якість молока від підприємств у порівнянні із попереднім роком покращилася.

Молокопереробні підприємства є одними із головних суб'єктів ринку молока. Вони забезпечують переробку сировини у готову продукцію, придатну для кінцевого споживання. Загальна кількість таких підприємств в Україні на початку 1990-х років складала понад 600 одиниць, які були об'єднані в молочні об'єднання за територіальним принципом. Сьогоднішня структура переробних потужностей на ринку молока суттєво відрізняється від тієї за рахунок значного зменшення кількості підприємств і самого принципу розподілу ринку за торговими марками. Загалом, виробництво молока і молочної продукції в Україні характеризується нестійким трендом. Так, пік виробництва було зафіксовано в 2015 році – 1908,7 тис. тонн. Після цього, 2016-2018 роки характеризуються негативною динамікою.

Не зважаючи на, в цілому, кризову ситуацію на ринку молочних продуктів, він володіє досить високим потенціалом. Основні можливості розвитку ринку визначаються зростанням чисельності населення світу і посиленням продовольчої кризи. В даному контексті, можна стверджувати, що Україна володіє достатнім потенціалом для посилення своїх позицій на світовому ринку молочних продуктів. Одним із факторів такого зростання може стати подальша інтеграція країни та її економіки в європейський економічний простір.

Оцінюючи експортний потенціал молочної продукції, відмітимо, що Україна не входить до переліку країн-лідерів по жодному із видів молочної продукції. Одна із найвищих позицій нашої країни – 15 місце за експортом сирів (0,4 % частки світового ринку) і 24 місце за рівнем експорту сухого незбираного молока (0,1 % частки світового ринку). Тим не менш, за умови системного підходу і раціональної державної політики, молочна продукція нашої країни може бути присутньою на ринках більшості країн світу. Для цього потрібно суттєво покращити якість продукції, забезпечити її відповідність міжнародним стандартам, а також сформувати стійкі канали реалізації продукції за кордоном.

Після втрати можливості експорту в Росію, усі великі підприємства України зосередили основну частину свого експорту на ринках Близького Сходу (Молдова, Єгипет, Марокко, Казахстан, ОАЕ, Туніс, Лівія, Алжир) та почали освоювати такі нові ринки як ЄС та Китай, що мають або великі перепони для входу на ринок або не зручне географічне положення для торгівлі молочними продуктами.

Варто відмітити, що в процесі підписання угоди про Асоціацію з ЄС, одними із ключових зауважень європейських партнерів до українського сільського господарства була потреба в налагодженні системи отримання молока в умовах стерильності та відсутності контакту із повітрям. Встановлення такого обладнання є дорогим і воно не може бути доступним для господарства населення, які здійснюють виробництво на напівнатуральних умовах. Для цього потрібно створення високопродуктивних молочних ферм із високим рівнем спеціалізації та технічного оснащення. Відповідно до цього,

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]

- 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.