

**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**

URL: https://zik.ua/blogs/infliatsiia_ta_potochni_tendentsii_rozvytku_ekonomiky_ukrainy_961785 (дата звернення: 17.03.2020).

2. У МВФ показали три сценарії розвитку економіки України // Економічна правда: [Веб-сайт]. 2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/02/19/657261/> (дата звернення: 17.03.2020).

3. Монін Д. Економіка України у 2020 році: Основні загрози й можливості // Західна інформаційна корпорація: [Веб-сайт]. 2020. URL: https://zik.ua/news/2019/12/24/ekonomika_ukrainy_u_2020_rotsi_osnovni_zahrozy_i_mozhlyvosti_951733 (дата звернення: 17.03.2020).

ІНФЛЯЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ

Узельман В.М. студ. СВО «Бакалавр» економічного відділення
Одеський технічний коледж ОНАХТ

В умовах пандемії та зародження світової економічної кризи, економіка України також переживає багато змін, однією з яких є прискорення інфляції. Як ми знаємо інфляція – це тривале зростання загального рівня цін, що відображує зниження купівельної спроможності грошової одиниці [1]. Зазначимо, що у 2019 році спостерігалось уповільнення інфляції та за підсумками року Україна посіла 51 сходинку у рейтингу країн світу з найвищим рівнем інфляції. Ще 2015 року Україна була у цьому рейтингу другою [2].

Метою даної роботи є дослідження інфляційних процесів в економіці України у 2020 році.

Згідно з повідомленням Держстату від 10.02.2020 р., інфляція на споживчому ринку в січні 2020 р. порівняно із груднем 2019 р. становила 0,2%, із січнем 2019 р. – 3,2% [3].

Базова інфляція в січні 2020 р. порівняно із груднем 2019 р. становила - 0,2%, із січнем 2019 р. – 3,3% [3].

На споживчому ринку в січні ціни на продукти харчування та безалкогольні напої зросли на 0,5%. Найбільше (на 6,6%) подорожчали овочі. На 1,4–0,3% зросли ціни на кисломолочну продукцію, яловичину, продукти переробки зернових, молоко, сири, безалкогольні напої, хліб. Водночас на 1,5–0,3% подешевшали яйця, цукор, свинина, рис, риба та продукти з риби, соняшникова олія [4].

Ціни на алкогольні напої та тютюнові вироби підвищилися на 0,8%, що пов'язано з подорожчанням тютюнових виробів на 1,7% [4].

Одяг і взуття подешевшали на 5,6%, зокрема, взуття – на 5,7%, одяг – на 5,5%.

Зростання цін (тарифів) на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива на 1,7% відбулося в основному за рахунок підвищення цін на природний газ на 10,7%. Водночас на 2,9% знизилися тарифи на опалення [3].

Ціни на транспорт у цілому знизилися на 0,7% через здешевлення палива та мастил на 4,0% і проїзду в залізничному пасажирському транспорті на 1,5%. Разом з тим на 1,4% подорожчав проїзд в автодорожньому пасажирському транспорті.

У сфері зв'язку ціни зросли на 0,8%, що пов'язано з подорожчанням поштових послуг на 12,5%.

За даними від 10.03.2020 р., споживчі ціни в лютому 2020 р. порівняно із січнем 2020 р. знизилися на 0,3%, з початку року – на 0,1% [2].

Базова інфляція в лютому 2020р. порівняно із січнем 2020р. становила - 0,1%, а з початку року склала - 0,3%.

На споживчому ринку в лютому ціни на продукти харчування та безалкогольні напої знизилися на 0,4%. Найбільше (на 17,6%) подешевшали яйця. На 5,1–0,2% знизилися ціни на м'ясо птиці, свинину, сало, макаронні вироби, соняшникову олію. Водночас на 2,2–0,2% подорожчали фрукти, яловичина, цукор, овочі, хліб, сметана, молоко, продукти переробки зернових, рис.

Ціни на алкогольні напої та тютюнові вироби підвищилися на 0,8%, що пов'язано з подорожчанням тютюнових виробів на 1,6%.

Одяг і взуття подешевшали на 4,3%, зокрема, взуття – на 4,9%, одяг – на 3,7%.

Зниження цін (тарифів) на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива на 2,0% відбулося в основному за рахунок зниження цін на природний газ на 12,9%. Крім того, на 1,4% знизилися тарифи на гарячу воду, опалення. Разом з тим відбулося підвищення тарифів на водопостачання на 15,3%, каналізацію – на 12,6%.

Підвищення цін на транспорт у цілому на 0,1% в основному спричинено подорожчанням проїзду в залізничному пасажирському транспорті на 3,2% та автомобілів на 1,0%. Водночас на 2,0% подешевшали паливо та мастила.

З урахування відсутності інформації щодо інфляції за березень 2020 року, можемо лише зазначити такі зміни як збільшення цін на продукти харчування, зокрема хліб на 8-14,3%, овочі на 30-128%, цукор та яйця на 6-8%, крупи та макаронні вироби на 7,5-51%; транспортні послуги на 23-72%, лікарські засоби, зокрема антисептичні засоби та засоби особистої гігієни на 56-218%.

Таке підвищення цін обумовлене пандемією COVID-19 та введенням комплексу обмежувальних медико-санітарних і адміністративних заходів, та призводить до збільшення інфляції.



Рис. 1 – Темпи інфляцій в Україні за 1 квартал 2019 та 2020 рр. [2]

Отже, стрімкі темпи уповільнення інфляції з початку 2020 року, що були зумовлені зміцненням гривні у 2019 р., значною пропозицією сирих продуктів харчування та нижчими цінами на енергоносії, з великою вірогідністю змінять свій напрям у березні-квітні 2020 р., тоді рівень інфляції збільшиться.

Науковий керівник: методист ОТК ОНАХТ Копайгородська Т.Г.

Література:

1. Індекс споживчих цін: сприйняття та реальність: Посібник для користувачів / За ред. Ю.М.Остапчука. К.: Державний комітет статистики України, 2006. 56 с.
2. Україна вийшла з топ-50 країн з найвищою інфляцією <https://zaxid.net/news/> // Zaxid.net: [Веб-сайт]. 2020. URL: https://zaxid.net/ukrayina_viyshla_z_top_50_krayin_z_nayvishhoju_inflyatsiyeyu_n1495915 (дата звернення: 17.03.2020).
3. Економічна статистика / Ціни // Державна служба статистики України: [Веб-сайт]. 2020. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cit.htm (дата звернення: 17.03.2020).
4. Індекс інфляції // Мінфін: [Веб-сайт]. 2020. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/2020/> (дата звернення: 17.03.2020).

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «ТЕРРА»

Фасоля А. С., студ. СВО «Магістр», ф-ту ММІЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

У структурі стратегічного аналізу маркетингового середовища можна виділити дві основні складові – зовнішній та внутрішній аналіз. Результати моніторингу зовнішнього та внутрішнього маркетингового середовища, маркетингових досліджень дозволяють передбачити зміни в ринковому середовищі та своєчасно розробити стратегію, спрямовану на утримання або набуття компанією необхідних конкурентних переваг. Прийняття маркетингових рішень підприємствами та організаціями повинно базуватись на формуванні ринкових стратегій, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства. ТОВ «Терра» – українське підприємство, яке займається виробництвом здорової, корисної та поживної їжі на зерновій основі без консервантів [1]. Асортимент продукції компанії «ТЕРРА» складає: пластівці швидкого приготування (мюслі та гранола), каші швидкого приготування, крупи.

Для більш глибокого аналізу маркетингового середовища ТОВ «ТЕРРА» проведено PEST та SWOT-аналізи. За допомогою PEST-аналізу, проведено оцінку макросередовища ТОВ «ТЕРРА», використовуючи фактори, що можуть вплинути на розвиток підприємства в довгостроковий період. Встановлено, що серед політичних факторів впливу найбільше на ТОВ «ТЕРРА» впливає державне регулювання аграрного сектору. Серед економічних найбільший вплив на підприємство має інфляція. При інфляції ціни на сировину, матеріали,

26. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ
Котовська О.П. студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 60
Науковий керівник: к.е.н., доц. Крупіна С.В.
27. ФОРСАЙТ РОЗВИТКУ РИБОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ
Невеселюк В.М. студ. ф-ту ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій 63
Науковий керівник: д.е.н., проф. Самофатова В.А.
28. ФІНАНСОВА ДІАГНОСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ
Яремчук І.О. студ. СВО «Бакалавр» економічного відділення
Одеський технічний коледж 64
Одеської національної академії харчових технологій
Науковий керівник: к.е.н., доц. Дідух С.М.
29. ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У 2020 РОЦІ
Баліцька В.Е. студ. СВО «Бакалавр» економічного відділення
Одеський технічний коледж 68
Одеської національної академії харчових технологій
Науковий керівник: к.е.н., доц. Дідух С.М.
30. ІНФЛЯЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ
Узельман В.М. студ. СВО «Бакалавр» економічного відділення
Одеський технічний коледж ОНАХТ 70
Науковий керівник: методист ОТК ОНАХТ Копайгородська Т.Г.
31. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «ТЕРРА»
Фасоля А. С., студ. СВО «Магістр», ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 72
Науковий керівник — проф. Мардар М. Р.
32. УДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
Радіонова А. К., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 74
Науковий керівник — к.е.н., доц. Бахчиванжи Л. А.
33. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАГАЗИНІВ ГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРІВ
Свиридова О. О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса 76
Науковий керівник – к.е.н., доц. Бахчиванжи Л. А.
34. АКТУАЛЬНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ 2019-2020 р.
Арікова К.Д., студ. ДВНЗ «ОКЕПГРБ» 79
ДВНЗ «Одеський коледж економіки, права та готельно-ресторанного