

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



МАТЕРІАЛИ

V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

12 – 13 жовтня 2017 р.

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

Видання присвячене

115-річчю Одеської національної академії харчових технологій

**та 5-річчю Навчально-наукового інституту прикладної
економіки і менеджменту ім.Г.Е.Вейнштейна**

м.Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції 12-13 жовтня 2017р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2017. – 291 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ 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.

Науковий редактор Каламан О.Б. – директор ННПЕіМ ім.Г.Е.Вейнштейна ОНАХТ

Редакційна колегія:

Ангелов Г.В. – д-р філософії, проф., 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. – к.с.н., доц., Савенко І.І. – д.е.н., проф.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Одеської національної академії харчових технологій протоколом № 3 від 03.10.2017 р.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису
Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність
наданих матеріалів

ЗОВНІШНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Фомічова К.Б., аспірант

Одеська національна академія харчових технологій

Харчова промисловість є стратегічно важливою галуззю промисловості України. Підприємства цієї галузі формують продовольчу безпеку країни, забезпечують населення необхідними продовольчими товарами і створюють потужний експортний потенціал. У загальній структурі виробництва продовольства найбільша частка, понад 20%, припадає на продукцію олійно-жирової промисловості, 13% – м'ясо та м'ясна продукція, 11% – молочні продукти, 11% – напої [1]. Харчова промисловість забезпечує понад 8% ВВП країни. Виробництвом їжі займаються біля 5,5 тис. підприємств різної величини, на яких працює понад 350 тис. осіб. Обсяг реалізованої харчової промислової продукції у 2016 р. склав 381 мільярд гривень, що більше за 2015 р. на 13,3% [2].

Виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів займає найбільшу долю у загальному обсязі реалізованої промислової продукції. У 2016 р. вона склала 21,6%. Слід зауважити, що майже чверть (24%) продукції харчопереробної галузі було поставлено на зовнішні ринки, що в абсолютних числах склало понад 91 млрд гривень [1].

За останні декілька років обсяг іноземних інвестицій у галузь зростає. На розвиток вітчизняного харчопрому залучено майже 3 млрд дол. США іноземних інвестицій, що становить 18,4% від обсягу прямих іноземних інвестицій у промисловість країни та майже 6% загального обсягу прямих іноземних інвестицій в економіку України. Прямі іноземні інвестиції у виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів за 2016 р. зросли на 1,5% і склали 2477,8 млн дол. США [2].

У цілому галузь ще потребує значних фінансових вливань. Зокрема, для підготовки харчової індустрії відповідно до вимог Європейського союзу необхідно понад 10 млрд дол. США інвестицій для модернізації підприємств. Крім того, усі українські харчові підприємства відповідно до Закону України «Про основні засади та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» мають протягом 2017–2019 років запровадити систему управління безпечністю харчових продуктів НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points, аналіз ризиків і критичні точки контролю), яка забезпечує контроль на всіх етапах харчового ланцюжка, у будь-якій точці виробничого процесу, а також зберігання та реалізації продукції. Запровадження цієї системи також потребує певних фінансових витрат [3].

До країн Європейського Союзу наразі мають право експорту 281 українське підприємство, в тому числі 101 виробник харчових продуктів [4].

Зацікавленість щодо придбання українського агробізнесу проявляють кілька великих інвестиційних фондів з Європи, США і арабських країн. Проте іноземні інвестори поки що недооцінюють перспективи створення в Україні різноманітних потужностей з виробництва, перероблення та експорту агропродовольчої продукції.

Харчова продукція посідає значне місце в структурі українського експорту. Україна експортує аграрну продукцію до 190 країн світу [1]. У 2014 р. продукція АПК та харчової промисловості вийшла на перше місце у вітчизняному експорті, випередивши металургію – 47,0%. У 2015 р. – 40,9%. У структурі експорту товарів за 2016 р. найбільшу частку склала продукція АПК та харчової промисловості – 42,5% [5].

За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, експорт української аграрної продукції та харчових продуктів за підсумками 2016 р. зріс на 4,5% порівняно з 2015 р. і склав 15,5 млрд доларів США, що становить 42,5% від загального експорту країни. Зовнішньоторговельний обіг продукції агропромислового комплексу за 2016 рік досяг у вартісному виразі – 19,6 млрд доларів США. В загальному зовнішньоторговельному обігу країни це склало 26,1%.

Ключовими ринками збуту у 2016 році були:

Країни Азії – 45,9% експорту (7 099, 2 млн дол. США);

Європейські країни – 27,5% (4 242, 4 млн дол. США);

Країни Африки – 15,7% (2 424, 2 млн дол. США);

Країни СНД – 7,7% (1 185, 1 млн дол. США);

США – 0,9% (44,9 млн дол. США);

Інші країни – 2,9% (440,7 млн дол. США) [1].

Щодо розширення зовнішнього ринку необхідно зазначити, що українські експортери харчових продуктів продовжують завойовувати ринки азійського континенту. Сьогодні для України країни Азії є перспективним ринком, який став у 2016 р. одним з найбільших споживачів українських продуктів харчування. Її частка склала 45,9% від експорту України та принесла експортерам понад 7 млрд дол. США.

Десятку товарів-лідерів експорту склали: пшениця, кукурудза, соняшникова олія, ячмінь, соя, цукор, овочі бобові, м'ясо та субпродукти домашньої птиці, макуха та інші тверді відходи соєвої олії, шоколад. В цілому, обсяги експорту продукції рослинництва зросли на 1,646 млрд дол. США, а тваринного походження – на 458,7 млн дол. США [1].

При цьому обсяги виробництва більшості видів продукції харчової промисловості у 2016 р. знизились. Зменшення обсягів виробництва є негативним моментом у розвитку і функціонуванні харчової промисловості. Головні причини зменшення обсягів виробництва та падіння експорту зумовлені зниженням цін на сировинних ринках, нестабільною політико-економічною ситуацією і ембарго з боку Російської Федерації щодо українських продовольчих товарів та обмежень щодо транзиту через її територію. Крім того, знецінення гривні, що обмежило можливості виробників у придбанні імпоротної сировини, обладнання та матеріалів, а також дія додаткового імпортного збору, що призвело до збільшення вартості продукції і, відповідно, зниження її конкурентоспроможності на міжнародних ринках.

В умовах втрати російського ринку в українських виробників з'явилася можливість налагодити торгівлю з Європейським Союзом. З 2015 р. Україна може продавати свої товари в ЄС без ввізних мит, а в 2016 р. така ж можливість

з'явилася і у європейців на українському ринку. Між країнами діє угода про Зону вільної торгівлі (ЗВТ). Але відкриття європейського ринку не дало можливості українським експортерам харчової продукції компенсувати втрати від закриття російського ринку. Багато підприємств ще не відповідають вимогам, які висувають європейці до виробництва та продукції, що випускається. В українських експортерів харчових продуктів є можливість нарощувати експорт до Китаю, Єгипту та інших країн Азії та Африки, що мають ємні ринки і, можливо, висувають менш жорсткі вимоги до стандартизації продукції.

Вагомий вплив на стан харчової промисловості на внутрішньому ринку країни має купівельна спроможність людей. Згідно з даними Державної служби статистики України, у 2015 р. ціни в країні виросли на 43%. Зростання цін і скорочення доходів населення привели до різкого падіння попиту на споживчі товари. Перші, хто постраждав від цього, так це торговельні мережі. На сьогодні спостерігається тенденція до зниження купівельної спроможності людей [2].

Сьогодні, незважаючи на те, що імпорт займає невелику частку в асортименті, дуже багато продуктів, які виробляються в Україні, прив'язані до курсу долара, тому ціни зростають, і, поки не стабілізується економіка країни, ціни будуть рости з об'єктивних причин.

Можна виділити такі основні проблеми харчової промисловості:

- застарілі технології виробництва, відсутність модернізації основних засобів;
- кризовий стан економіки країни, пов'язаний з девальвацією гривні та зниженням купівельної спроможності, що призводить до зниження обсягів виробництва продукції в динаміці харчової промисловості України;
- рівень розвитку інфраструктури суттєво відстає від рівня розвитку аналогічної галузі в економічно розвинених країнах;
- необхідність інвестування для переходу на євростандарти;
- втрата зовнішніх ринків збуту для значних обсягів продовольчих товарів.

Для підвищення ефективності діяльності підприємств харчової промисловості необхідно:

- географічна та товарна диверсифікація аграрного експорту та ринків збуту продукції, зокрема, з орієнтацією на швидкозростаючі ринки Азії та Африки;
- розробка державних програм по підтримці виробництва продуктів харчування і виробництва тваринництва;
- залучення іноземних інвесторів;
- орієнтація на внутрішній ринок і забезпечення максимального захисту національного виробника.

Отже, підводячи підсумки слід зазначити, що основною метою бізнесу є отримання прибутку. Ціни на сировину для українських підприємств харчової галузі зростають, відповідно ростуть і їхні витрати. Але підприємства харчової промисловості об'єктивно не мають можливості перекласти зростання цих витрат на оптові ціни на свою продукцію, так як українські споживачі не готові до зростання цін внаслідок інфляції і девальвації української валюти. Отже, прибутковість підприємств знижується. В умовах втрати прибутку і зниження обсягів виробництва, підприємства шукають збут за межами України, вивозячи продукти за кордон. Але експорт не в змозі системно врятувати українську

харчову промисловість без активної роботи на внутрішньому ринку. Тому необхідним є зміцнення і розвиток внутрішнього ринку шляхом збільшення реальних доходів громадян, захист вітчизняного виробника, розширення ринків збуту, вирішення питання щодо якості продукції та оснащеності виробництв.

Література

1. Міністерство аграрної політики та продовольства України. Моніторинг стану АПК. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://minagro.gov.ua/monitoring?tid_hierachy=1210
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Офіційне видання державної фіскальної служби України. Вісник. Офіційно про податки. Український харчпром диверсифікує ринки збуту. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/22-ukrayinskiy-kharchoprom-diversifikuye-rinki-zbutu>
4. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. Урядовий портал. 281 українське підприємство має право експорту до країн ЄС. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=250086337&cat_id=244277212
5. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Мінекономрозвитку підбило підсумки експорту за 2016 рік. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/News/Print?lang=uk-UA&id=2d7f80e7-7185-4b08-8e87-2e21bb922b9>

ПРИВАБЛИВІСТЬ БОЛГРАДСЬКОГО РАЙОНУ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ВИННИХ ТУРІВ

Кисса М.Р., асистент

Одеська національна академія харчових технологій

Одним з перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг є винний туризм - спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання алкогольних напоїв у певному регіоні та дегустацією алкогольних напоїв безпосередньо у виробника, а також відвідування спеціальних закладів та заходів, як дегустаційні зали, винні підвали, винні виставки, конкурси, фестивалі, тощо.

Вино і подорожі завжди були тісно взаємопов'язаними, адже пригостання гостей національними напоями, в першу чергу вино, є елементом гостинності практично у всіх народів світу. Фахівців - виноробів і організаторів туристичного бізнесу об'єднує той фактор, що вино - це мистецтво, яке по праву можна вважати культурною спадщиною і необхідно зберігати для наступних поколінь.

На сьогодні в усіх виноробних регіонах світу вважають доцільним розвивати і підтримувати цей вид тематичного туризму й відповідно рекламувати продукцію місцевих виробників алкогольних напоїв і просувати місцевий туристичний продукт, одержуючи додаткові економічні та соціальні вигоди від туристів – поціновувачів вина. Це стосується в першу чергу відомих європейських виноробних регіонів – Італії, Франції, Іспанії, Португалії, Угорщини, а також

- Шевченко Г. А., Ангелов Г. В.
82. СОВЕСТЬ КАК НРАВСТВЕННАЯ КАТЕГОРИЯ И ЕЕ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ 251
Шевченко А. А., Ангелов Г.В.
83. ВОЗРАСТАНИЕ РОЛИ НРАВСТВЕННЫХ НАЧАЛ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ФАКТОРА В СОВРЕМЕННЫХ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ 254
Тодорова С. Н.
84. ПРИОРИТЕТНІ ВЕКТОРИ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ХАРАКТЕРУ В СУЧАСНОМУ СОЦІАЛЬНОМУ УПРАВЛІННІ 258
Черкаський А.В., Петракова Є.Р.
85. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГУМАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ 261
Черняк Г. А., Кириченко И.А., Даниель Рыков
86. НРАВСТВЕННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ МОЛОДЕЖИ АКТИВНЫХ ПОЗИЦИЙ В ДЕЛЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ У 266
Черняк Г. А., Кириченко И.А., Даниель Рыков, Крылов Н.Г., Руммо В.В.
87. ТЕРОР ЯК СОЦІАЛЬНО-БЕЗВІДПОВІДАЛЬНИЙ ПРОЯВ СЛАБКОЇ ВЛАДИ 268
Шишко О.Г.
88. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ 270
Колтунович О.С.
89. НЕОБХОДИМОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЗЕМЛИ В УКРАИНЕ 272
Криницкая О.А.
90. ЗОВНІШНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ 274
Фомічова К.Б.
91. ПРИВАБЛИВІСТЬ БОЛГРАДСЬКОГО РАЙОНУ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ВИННИХ ТУРІВ 278
Кисса М.Р.
92. ТЕМАТИЧНІ РЕСТОРАЦІЇ ЯК МІСЦЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ 280
Лазука К.Д.
93. ЧИННИКИ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ОРГАНІЗАЦІЇ ДИТЯЧОГО ВІДПОЧИНКУ ТА ТУРИЗМУ 283
Сандул С.О.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Одеської національної академії харчових технологій протоколом № 3 від 03.10.2017 р.

Підписано до друку 03.10.2017. Формат 60x90/16.
Папір офсетний.
Ум.друк.арк. 20,56.
Тираж 1000 екземплярів.

Видавництво «Студія «Печать»
м.Одеса, п-т Адміральський, 38, офіс № 8
www.pechat.od.ua