

**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**

Аналіз конкурентного середовища показав, що особливу увагу потрібно звернути на внутрішньогалузеву конкуренцію, тобто створювати такі умови співіснування з конкурентами, аби вигідно відбудовуватись від них (поліпшення якості продукту, зниження ціни, зрозуміле та помітне позиціонування продукції, вихід на ринок новинок і т.д.); сегмент ринку залежить від популярності товару, тому підприємству необхідно постійно бути присутнім в медіа-просторі, бути активним учасником різних івентів, пов'язаних з культурою споживання енергетиків, моніторити діючих та потенційних конкурентів.

Література:

1. What Monster's \$690M flavor ingredients supplier acquisition means for the industry. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.fooddive.com/news/what-monsters-690m-flavor-ingredients-supplier-acquisition-means-for-the/414506/>
2. Details of Formula 1 teams' 2019 payouts revealed. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.autosport.com/news/report.php/id/118955>
3. How much does an F1 car cost. [Електронний ресурс]. URL: <http://raconteur.net/business/how-much-does-an-f1-car-cost>
4. Is The Party Ending For Rockstar Energy Drinks And Its Billionaire Founder? [Електронний ресурс]. URL: <http://www.forbes.com/sites/abrambrown/2014/12/10/party-ending-rockstar-energy-drinks-russell-weiner/#7b6779557fb6>

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА АН «ПРОМІНАДА»

Новікова О.А., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ

Науковий керівник – к.е.н., доцент Лозовська Г.М.

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

АН «Промінада» - це агенція нерухомості, яка надає послуги на ринку з лютого 2019 р [1].

Актуальність обраної теми полягає в тому, що грамотне, обґрунтоване маркетингове рішення та дослідження активних суб'єктів і сил, що діють на організацію і впливають на можливості служби маркетингу успішно співпрацювати з клієнтами.

Незалежно від рівня завдання, агенція нерухомості «Промінада» надає послуги в комплексі: оформляє документи, здійснює платежі, надає юридичний супровід. Також підприємство займається продажем нерухомості у Одеській області.

На рисунку 1 представлена динаміка основних фінансово-економічних показників роботи АН «Промінада».

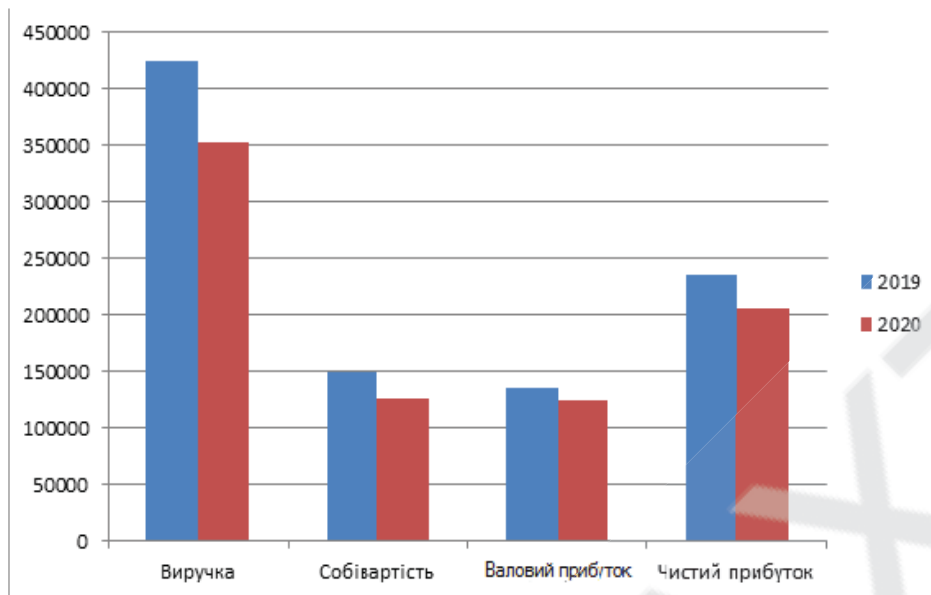


Рис.1. Динаміка основних фінансових показників роботи підприємства в тис.грн.

Аналізуючи дані з рис.1 можна зробити висновок, що всі основні показники, що відображають результати комерційної діяльності знизилися.

Також, проаналізувавши ринок, чітко помітна тенденція спаду на ринку продажів квартир, але збільшення обсягів продажів будинків. Це пов'язано з тим, що через карантин багато людей почали цікавитися житлом саме у передмісті, щоб бути ближчими до природи та знаходитися подалі від міської метушні. Незважаючи на те, що ціни на нерухомість падають, збільшення продажів квартир не сталося через загальні економічні тенденції, зниження реальних рівнів доходу населення та пандемію.

Для того, щоб визначитися зі стратегією для АН «Промінада» було застосовано багатофакторний системний аналіз (PEST-аналіз), який допоміг оцінити макросередовище даної фірми [3].

Відповідно до PEST-аналізу було проаналізовано, що серед серед політичних факторів найбільше на АН «Промінада» впливає податкова політика. Також усі підприємства зобов'язані сплачувати 1,5% від зарплати кожного співробітника на військовий збір. Серед економічних факторів на підприємство впливає фінансова криза. Адже знижується обсяг виробництва, так як коливання і зростання цін роблять невизначеними перспективи розвитку виробництва. Для більш ефективної роботи підприємство має аналізувати ситуацію на ринку і в країні та планувати обсяги виробництва відповідно до прогнозів.

Виходячи з проведеного аналізу можна зробити висновок, що для збільшення прибутку та більш ефективної роботи підприємству необхідно залучити в команду компанії менеджерів з успішним досвідом для реалізації проектів з продажу дорогих квартир та будинків, дослідити ринок нерухомості та провести ефективну рекламну компанію. Також необхідно провести підвищення рівня якості надаваних послуг за рахунок дослідження споживчих переваг.

Також був проведений SWOT-аналіз АН «Промінада» (табл.1).

Таблиця 1– Матриця можливостей та загроз АН «Промінада»

	Сильні сторони (S):	Слабкі сторони (W):
	<ol style="list-style-type: none"> Індивідуальний підхід до клієнтів Велика база даних клієнтів Постійне навчання персоналу 	<ol style="list-style-type: none"> Низька пізнаваність Відсутність маркетингових досліджень Відсутність співробітництва із страховими компаніями Відсутність послуг з оренди
Можливості (O):	SO-рішення	WO-рішення
<ol style="list-style-type: none"> Зростання доходів населення Розвиток ринку іпотечного кредитування Розширення спектру послуг та надання послуг високої якості. 	<ol style="list-style-type: none"> Формування партнерських програм із забудовниками, банками, страховими компаніями Підвищення числа повторних звернень в компанію (формування лояльності). 	<ol style="list-style-type: none"> Збільшення бази ліквідних пропозицій Формування обізнаності про агентство шляхом проведення рекламної кампанії Розширення спектру надаваних послуг за рахунок бази об'єктів, що надаються в оренду
Загрози (T):	ST-рішення	WT-рішення
<ol style="list-style-type: none"> Відмова споживачів від послуг компанії через необізнаність про діяльність агентства на ринку Несприятлива економічна ситуація в Україні Загроза появи нових конкурентів. 	<ol style="list-style-type: none"> Залучення в команду компанії менеджерів з успішним досвідом для реалізації проектів з продажу дорогих квартир та будинків. Проведення регулярних маркетингових досліджень Виявлення споживацьких переваг Надання знижок постійним клієнтам 	<ol style="list-style-type: none"> Проведення ефективної рекламної компанії Підвищення рівня якості надаваних послуг за рахунок дослідження споживчих переваг.

Література:

- Сайт АН «Промінада» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://prominada.od.ua/ru>
- Оренда житла у місті Одеса [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://tsn.ua/ukrayina/yak-orenduvati-zhitlo-na-noviy-rik-v-odesi-poradi-vid-ekspertiv-1678783.html>
- Управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/197261326.pdf>

- Наукові керівники - старший викладач Голодонюк О.М.,
викладач-стажист Мільчева В. В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
9. **СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА: ОСОБЛИВОСТІ ТА ВИДИ** 16
Загородна О.Ю., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник - к.е.н., ст.викладач Соколюк К.Ю.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
 10. **АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «РЕД БУЛЛ УКРАЇНА»** 18
Стоянова О. І., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Лозовська Г.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
 11. **АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА АН «ПРОМІНАДА»** 20
Новікова О.А., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доцент Лозовська Г.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
 12. **ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ВТМ «СЕМЕРКА» В СЕГМЕНТІ «ЗЕФІР»** 23
Луньова Л.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Лозовська Г. М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
 13. **АНАЛІЗ РИНКУ ТА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА БАЗИ ВІДПОЧИНКУ «ЛОЦМАН»** 24
Волик Т.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к. с.-г. н., доцент Черевата Т.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
 14. **МОТИВАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ** 26
Домінгес В.М., студент СВО «Магістр» факультету ММіЛ
Науковий керівник: к.е.н., старший викладач Євтушок О.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
 15. **ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ** 28
Домбровська Я.Є., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., старший викладач Євтушок О.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
 16. **ПРОСУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ПРОМИСЛОВИХ ТОВАРІВ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ** 30
Лисаковська О.А. студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., старший викладач Євтушок О.В.
Одеська національна академія харчових технологій, Одеса, Україна