

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



## **ТЕЗИ**

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

**4 – 5 КВІТНЯ 2019 р.  
м. Одеса**

## ЗМІСТ

<b>ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПИВОВАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ</b>	
Тимчук Ю. М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ	
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агеєва І. М.	8
<b>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОЛІЙНОЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ</b>	
Гуцалюк К. І., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ	
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	
Науковий керівник – д.э.н., проф. Савенко І. І.	9
<b>ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ» НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ</b>	
Полоус Д. Т., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ	
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	
Науковий керівник – к.е.н., ст. викладач Дьяченко Ю. В.	11
<b>ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ</b>	
Уліцький А. М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ	
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	
Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н. М.	12
<b>СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ</b>	
Побережна О.Ю., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ	
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	
Наукові керівники - к.е.н., доц. Бахчиванжи Л. А; ст.викл. Євтушок О. В; асист. Значек Р. Р.	14
<b>ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОГО РИНКУ УКРАЇНИ</b>	
Генчу О. М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ	
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	
Науковий керівник – к.е.н., доц. Устенко І. А.	16
<b>ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ</b>	
Ковальжи Л. В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ	
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	
Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н. М.	18
<b>РОЛЬ ТА МІСЦЕ КЕРІВНИКА У ФОРМАЛЬНИХ ТА НЕФОРМАЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ: ШЛЯХИ ЕФЕКТИВНОЇ ЇХ ВЗАЄМОДІЇ</b>	
Слепенкова Л. С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ	
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	
Науковий керівник – к. е. н., доц. Каламан О. Б.	19
<b>СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b>	
Легендзевич К. В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ	
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	
Науковий керівник – к.е.н., доц. Ніколюк О. В.	21
<b>ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ</b>	
Лозовська Л. Ф., студ. ДВНЗ "Одеський коледж економіки, права та готельно-ресторанного бізнесу", м. Одеса	
Науковий керівник – Ратушняк Л. В.	23
<b>ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ</b>	
Соколовська А. Ю., студ. СВО "Молодший бакалавр", Одеський коледж економіки, права та готельно-ресторанного бізнесу, м. Одеса	
Науковий керівник – викладач вищої категорії Момотлива С. Л.	25

## **ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ» НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ**

**Полоус Д. Т., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММІЛ**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Актуальність обраної теми полягає в тому, що сьогодні інформація є одним з ключових факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємств, що посилює значення телекомунікацій як на рівні компаній, так і в цілому в економіці світу, що в свою чергу посилює процеси глобалізації.

Сфера телекомунікацій в Україні доволі молода, але розвивається дуже швидкими темпами. Частка ВВП від реалізації послуг цієї галузі з 2010 року зросла з 2,7% до 3,4 % у 2018 році. При цьому рентабельність операційної діяльності з напрямку «інформація та телекомунікації» за січень-вересень 2018 року склала 19,6 %, при середній рентабельності промисловості 7,9 %, що підтверджує актуальність та перспективи розвитку цього напрямку послуг. Обсяги реалізації послуг телекомунікаційної галузі постійно зростає за рахунок розвитку нових технологій, ці послуги стають більш доступні для населення.

ЗУ «Про телекомунікації» визначає телекомунікації як передавання, випромінювання та/або приймання повідомлень будь-якого роду по радіо, провідних, оптичних або інших електромагнітних системах.

ПАТ «Укртелеком» - одна з найбільших компаній України, яка надає повний спектр телекомунікаційних послуг в усіх регіонах України.

ПАТ «Укртелеком» надає весь спектр сучасних телекомунікаційних послуг, а саме за КВЕД-2010: 61.10 - діяльність у сфері провідного електрозв'язку, 61.20 - діяльність у сфері безпроводового електрозв'язку, 61.90 - інша діяльність у сфері електрозв'язку.

Основними сегментами вітчизняного ринку телекомунікаційних послуг є:

- мобільний зв'язок - з безперервним розвитком технологій, цей тип зв'язку стає більш доступним для населення. Кількість абонентів рухомої телефонії за 2016-2017 роки зросла на 13%, а обсяг реалізованих послуг за 2018 рік склав 53% від обсягу реалізації послуг у сфері телекомунікацій та поштового зв'язку. Трафік поступово перетікає з фіксованих мереж на мобільні, що відповідає світовим тенденціям. Найбільші конкуренти ПрАТ «Водофон Україна», ПрАТ «Київстар», ТОВ «Лайфселл».

- фіксований зв'язок - попит на даний вид послуг поступово знижується, так як більшість населення переходить на мобільний зв'язок, питома вага в загальному обсязі доходів за 2018 рік склала всього 7,8%. Частка ПАТ «Укртелеком» становить більше 90%. Основні конкуренти: Вега, Датагруп, Vimpelcom (ТМ «Київстар»).

- широкопasmовий доступ (комп'ютерний зв'язок) - найбільш перспективна галузь. Кількість абонентів Інтернет за 3 роки зросла на 71,3%. Всі технології, що використовуються в Україні, прийшли з поза її меж та з значним відставанням. Тому, на цьому ринку конкуренція постійно посилюється. Близько 90% провайдерів орендують лінії доступу в «Укртелекомі», лише одиниці проводять власні.

Отже, як показав аналіз, сильні позиції компанія займає в сегменті ринку послуг доступу до мережі Інтернет та фіксованої телефонії.

Можливими факторами ризику в діяльності товариства можуть стати:

- продовження заміщення послуг фіксованого зв'язку мобільним;
- збільшення рівня проникнення Інтернет та заміщення спілкування в телефонній мережі на спілкування в мережі Інтернет (Skype, Viber, Telegram, соціальні мережі, тощо);
- «зміни поколінь» - поступове зменшення кількості споживачів, які звикли до користування фіксованим зв'язком;
- посилення конкуренції на ринку послуг швидкісного доступу до Інтернет та подальше зменшення ARPU внаслідок жорсткої цінової конкуренції;
- погіршення економічного стану України, зменшення попиту на послуги;
- коливання валютного курсу, що може призвести до подорожчання обладнання.

Основними тенденціями розвитку ПАТ «Укртелеком» має стати утримання існуючих абонентів фіксованого зв'язку та інтернет-абонентів, проведення агресивної маркетингової політики щодо мобільного зв'язку, вкладення коштів у дослідження та розробку нових технологій, модернізацію обладнання та розширення своєї мережі покриття.

Науковий керівник – к.е.н., ст. викладач Дьяченко Ю.В.

#### **Література:**

1. Закон України «Про телекомунікації» від 18 листопада 2003 р.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики в Україні. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>;
3. Офіційний сайт ПАТ «Укртелеком». Режим доступу: <https://new.ukrtelecom.ua/>
4. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформації. Режим доступу: <https://nkrzi.gov.ua/>

## **ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИНОРІБНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ**

**Уліцький А. М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Функціонування підприємств неможливо саме по собі без урахування діяльності конкурентів, які є ланками одного ланцюга - економіки. Життя в умовах конкурентної боротьби - неодмінний фактор, що визначає саме право на існування тієї чи іншої організації. Сама конкурентна боротьба дозволяє виокремити з безлічі організацій неодмінних лідерів, здатних виробляти по-справжньому якісні та актуальні для сучасного життя товари та послуги, які будуть затребувані населенням. Саме тому так важливо вивчати конкурентів і, виходячи з цього, приймати обґрунтовані рішення на користь підвищення конкурентоспроможності окремо взятої організації.