

**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

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

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.

В Україні та її регіонах виноградарство і виноробство є однією з найважливіших галузей виробничо-господарської діяльності країни. Виноробну промисловість можна вважати важливим бюджетоутворюючим складником. Тому це істотно впливає на розвиток і укріплює економічний стан держави, оскільки вважається високо прибутковою галуззю в сільськогосподарському виробництві. Ефективність розвитку виноградарства і виноробства складає сукупність тісної співпраці з виробничо-територіальними міжгалузевими формуваннями, які є сільськогосподарським і підприємствами що займаються обробіткою винограду.

Але у сучасних умовах відбувається подальше просування на ринок сурогатів, багато українських споживачів ставляться до вітчизняної винопродукції скептично, вважаючи, що винороби використовують у виробництві різного роду хімію, порошкові заміники або просто неякісну сировину. Сильного негативного впливу на галузь, зазнає збільшення обсягів вина, що імпортується. У 2016 р. імпорт вина в Україну вдвічі перевищував експорт. Це пов'язано також із недовірою вітчизняних споживачів до українського вина, оскільки площі виноградників скорочуються і з'являється загроза використання виробниками не високоякісних виноматеріалів. Для вирішення вищенаведених проблем необхідно:

- проводити щорічну закладку нових виноградників необхідних сортів для задоволення потреб вітчизняних виробників у виноматеріалах;
- упроваджувати в практичну діяльність господарств стандарти та вимоги згідно з регламентами ЄС для підвищення якості винної продукції, скорочення імпорту та насичення внутрішнього ринку вітчизняною продукцією;
- збільшувати закладку тих сортів винограду, що є стійкими до кліматичних змін та мають більшу врожайність;
- максимізувати обсяги експорту продукції виноробної промисловості;
- впроваджувати спеціальні державні програми для забезпечення та збереження найкращих сортів винограду.

Реалізація цих заходів дасть змогу підвищити конкурентоспроможність вітчизняної галузі як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, а також створити умови для ефективного розвитку виноробства.

Окремо слід зазначити, що Україні слід узагальнити та враховувати досвід країн, що вже приєдналися до ЄС для того, щоб етапи підготовки та входження вітчизняного виноградарсько-виноробного виробництва в єдиний європейський простір не призвели до негативних наслідків для економічної та соціальної сфери країни.

Сучасний стан виноградарства не сприяє розвитку вітчизняного виноробства. В умовах глобалізації ринку вина, вступу України до СОТ, підготовки до інтеграції з Євросоюзом загострюється конкуренція, що потребує перебудови галузі таким чином, щоб її продукція відповідала високим світовим вимогам. Оптимальним вирішенням проблеми є поступове зниження імпорту виноматеріалів з одночасним розвитком вітчизняної

сировинної бази на основі впровадження інноваційних технологій виробництва винограду, які забезпечують його ефективність за рахунок зростання врожайності виноградних насаджень і підвищення якості продукції.

Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н. М.

#### **Література:**

1. Головне управління статистики в Одеській області, 2014 / Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.od.ukrstat.gov.ua](http://www.od.ukrstat.gov.ua).
2. Гончарук А.Г., Аслаханов І.А. Управління ефективністю діяльності підприємств виноробної галузі. Економіка харчової промисловості. 2014. № 1(21). С. 25–29.
3. Ткаченко О.Б., Волошина Т.Н., Тринкаль О.В. Изучение конъюнктуры рынка производства виноградных вин в Украине. Економіка харчової промисловості. 2013. № 3(19). С. 49–54.

## **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ**

**Побережна О. Ю., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ**

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

Сфера торгівлі в Україні характеризується високим рівнем динамізму розвитку. Річний товарооборот лише роздрібною торгівлі перевищує 580 млрд. грн., а середньорічний темп приросту в останні роки перевищує 6 % [1]. Саме ця сфера розглядається як один із основних перспективних напрямів розвитку підприємницької діяльності та ринкового середовища. Тому актуальним науковим питанням є обґрунтування перспектив розвитку торгівлі та факторів підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств.

Мета дослідження – здійснити оцінку сучасного стану та перспектив підприємницької діяльності у сфері торгівлі. Завдання дослідження полягають у виявленні тенденцій роздрібного товарообороту, зокрема магазинів продовольчої та непродовольчої сфери, аналізі динаміки електронної торгівлі та визначенні перспектив розвитку галузі.

Торговельна послуга – це не тільки різновид матеріальних благ, що реалізуються торговельними підприємствами, а також органічна складова роботи суб'єктів галузі торгівлі як типового представника торговельно-сервісних систем у сфері обміну. Послуги, що створюються й надаються торговельними підприємствами, слід розглядати як органічне, обов'язкове продовження торгового процесу.

Отже, поряд із товарами в матеріальній формі послуги є основними об'єктами комерційної діяльності підприємств торгівлі, незважаючи на те що характер операцій, які виконуються з послугами, певною мірою відрізняється від операцій із реальним товаром