

**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

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПИВОВАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
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
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОЛІЙНОЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ	
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
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ» НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ	
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
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	
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
СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ	
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
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОГО РИНКУ УКРАЇНИ	
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
ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ	
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
РОЛЬ ТА МІСЦЕ КЕРІВНИКА У ФОРМАЛЬНИХ ТА НЕФОРМАЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ: ШЛЯХИ ЕФЕКТИВНОЇ ЇХ ВЗАЄМОДІЇ	
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
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
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
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ	
Лозовська Л. Ф., студ. ДВНЗ "Одеський коледж економіки, права та готельно-ресторанного бізнесу", м. Одеса	
Науковий керівник – Ратушняк Л. В.	23
ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	
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

СФЕРА ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ Шевченко В. С., 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.	28
АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА КОМПАНІЇ «УКРКАВА» Бундзяк А. А., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – ст. викл. Брайко М. Г.	30
СИСТЕМА МАРКЕТИНГ-МІКСУ ЗА МЕТОДОМ 7Р ДЛЯ КАВ'ЯРНІ «БІЛИЙ КІТ» (м. ОДЕСА) Крушкіна І. О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – ст. викл. Брайко М. Г.	33
РИНОК СИРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ: ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ УПОДОБАНЬ Новікова О. А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник: к.е.н., ст.викл. Лозовська Г. М.	35
РИНОК МАКАРОННОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ Пікінер Н. Є., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник: к.е.н., ст.викл. Лозовська Г. М.	37
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ Кдюс К. О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – ст. викл. Брайко М. Г.	39
РИНОК ШОКОЛАДУ В УКРАЇНІ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ Стоянова О. І., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій Наукові керівники - к.е.н., доц. Бахчиванжи Л. А; ст.викл. Євтушок О. В; асист. Значек Р. Р.	42
ОСОБЛИВОСТІ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ Василюк В. О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – к.е.н., доц.Євтушевська О. О.	44
АСПЕКТИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ ЗЕРНА Бондарчук Д. О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – канд. с.-г. наук, доц. Черевата Т. М.	46
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЗЕМЕЛЬ В УКРАЇНІ Чебан Д. О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – к.е.н, доц. Криницька О. О.	48
СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ Аун В. М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – к.т.н., доц Лобоцька Л. Л.	50
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АГРАРНИХ ЗЕМЕЛЬ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАСНОСТІ Корікова А. К., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – к.е.н., доц. Дідух С. М.	53

розширення підприємницького сектора, зменшення тіньового сектору. Основну роль у цих перетвореннях повинна відігравати держава.

Науковий керівник – викладач вищої категорії Момотлива С. Л.

Література:

1. Лупенко Ю.О., Баліцька В.В., Мельник В.О., Демченко С.М. Розвиток підприємництва в Україні.-К.: Нора-друк, 2003.-246 с.
2. Проект розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.dtki.ua/state/entrepreneurship/419857>.
3. Щорічна оцінка ділового клімату в Україні [Електронний ресурс] // Програма USAID «Лідерство в економічному врядуванні» (USAID ЛЕВ). – 2016–2017 роки. – Постійне посилання http://www.ier.com.ua/files//Projects/2015/LEV/2016-2017_AVCA_

СФЕРА ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Шевченко В. С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Сфера послуг є важливим сектором економіки розвинутих індустріальних країн та займає все більш стійкі позиції у світовому господарстві. Для багатьох країн характерними є тенденції збільшення обсягів виробництва послуг, зростання доходів від сервісної діяльності, зростання зайнятості в цій сфері, загострення конкуренції, збільшення експорту та імпорту послуг. Актуальність усебічного дослідження ринку послуг зумовлена його багатогранністю та суспільною значущістю. Необхідність виявлення основних тенденцій та закономірностей розвитку сфери послуг із метою підвищення її конкурентних переваг зумовлює актуальність цієї роботи.

Мета дослідження полягає у визначенні особливостей розвитку сфери послуг у сучасному економічному просторі, аналізі структури виробництва послуг в Україні та визначенні пріоритетних напрямів економічної політики для забезпечення стійкого розвитку сфери послуг.

Ринок послуг порівняно з іншими ринками товарів має певні особливості та характеризується: високою швидкістю обороту капіталу внаслідок більш короткого виробничого циклу; територіальною сегментацією і локальністю; високою диференційованістю продукту в одній і тій же галузі; індивідуальністю і нестандартністю наданих послуг і технологій у багатьох галузях сфери послуг; високою невизначеністю результату під час надання послуг, наявністю асиметрії маркетингової інформації; високою чутливістю до ринкової кон'юнктури [1].

Зі сферою послуг у сучасному економічному просторі пов'язані практично всі види діяльності, причому послуги надають не тільки традиційно

сервісні, але й промислові підприємства, які здійснюють гарантійне і післягарантійне обслуговування виробленого продукту, транспортні послуги.

Для України, як і для багатьох країн світу, характерна яскраво виражена тенденція зростання частки сервісного сектора. Незважаючи на динамічний розвиток ринку послуг України, можна стверджувати, що послуги, представлені на українському ринку, розвиваються нерівномірно як за видами економічної діяльності, так і за регіонами країни.

За підсумками IV кварталу 2018 року обсяг реалізованих послуг в Україні перевищив 216,5 млрд. грн. (табл. 1). Найбільша частка наданих послуг, за даними Державної служби статистики, припадає на столичний регіон та м. Київ. У Причорноморському регіоні найбільша питома вага припадає на Одеську область. У Миколаївській та Херсонській областях обсяг реалізованих послуг менший відповідно у 3,6 та майже в 10 разів.

Роль сфери послуг проявляється в тому, що вона є важливим сектором національного і світового господарства; відіграє важливу роль у розвитку ринку праці; сприяє збільшенню вільного часу; забезпечує якість економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності країни [3].

Таблиця 1 – Обсяг та структура розподілу наданих послуг за категоріями споживачів у IV кварталі 2018 року

Регіон (області)	Обсяг реалізованих послуг, млрд. грн.	Розподіл обсягу реалізованих послуг за категоріями споживачів (у % до загального обсягу)		
		населенню	підприємствам (установам)	іншим категоріям споживачів
Україна	216,5	20,8	67,9	11,3
Миколаївська	5,5	11,3	85,5	3,2
Одеська	19,7	14,1	80,8	5,1
Херсонська	1,9	30,1	63,9	6,0

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України [2]

Для подальшого розвитку сфери послуг необхідним є вирішення комплексу взаємоузгоджених завдань: формування сприятливих умов для підприємницької діяльності у секторі послуг; застосування механізму партнерства для стимулювання розвитку перспективних видів діяльності у сфері послуг; здійснення заходів у галузі інвестиційної політики та сприяння інноваційному інвестуванню підприємств; підтримка в перспективі на відповідній науковій основі розвитку мережевих та кластерних структур безпосередньо сервісного характеру (транспортно–логістичні, туристично–рекреаційні, культурно–розважальні) [4].

Для України актуальним є прискорений розвиток і, відповідно, експорт туристичних, фінансових, ділових, науково–дослідних, будівельних послуг. Ця сфера зовнішньоекономічної діяльності є серйозним потенціалом для збільшення експорту країни і тому заслуговує пріоритетної уваги. Реалізація стратегії переходу сфери послуг на інноваційно–інвестиційну модель розвитку дасть змогу активізувати всі види економічної діяльності у виробництві та

реалізації послуг, стане однією зі складових частин економічної безпеки країни.

Наукові керівники – к.е.н., доц. Бахчиванжи Л.А., к.е.н.,
ст.викл. Євтушок О.В., ас. Значек Р. Р.

Література:

1. Співак Л.С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці: дис. канд. екон. наук : спец. 08.01.01. К., 2002. 192 с.
2. Обсяг реалізованих послуг за регіонами за видами економічної діяльності у IV кварталі 2018 року.
URL:http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/posl/arh_dpssp_.html (Дата звернення (25.03.2019))
3. Філіпенко А. Основні проблеми економіки розвитку. пер. з англ. К.: Либідь, 2003. 684 с.
4. Романків І.Я. Розвиток ринку послуг в Україні. Фінанси України. 2011. № 11. С. 38–45.

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА КОМПАНІЇ «УКРКАВА»

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

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Актуальність теми. Посилення конкуренції серед виробників кави обумовлює необхідність забезпечення підприємствами стійких ринкових позицій та завоювання прихильності й довіри споживачів до своєї продукції.

Метою дослідження є діагностика основних конкурентних сил за моделлю М. Портера, що впливають на кавовий ринок і діяльність компанії «Укркава».

Компанія «Укркава» – «кавова майстерня», історія якої починається в 2000-х рр. У 2011 році був відкритий новий великий завод площею 7754 кв.м у м. Чорноморськ, Одеської обл. Він використовує найновітнішу технологію агломерації кави. Виробничі потужності – від 2900 тон до 10000 тон різноманітної кавової продукції у рік. Виробничий комплекс має дуже зручну локацію для логістики сировини та готової продукції як у країні так і на іноземні ринки (пересічення великої кількості транспортних магістралей а також порт с виходом у Чорне море.

Компанія працює в таких напрямках: 1) створення і розвиток власних брендів кави для В2С (ТМ «Лакомба» та ін.); 2) виробництво кави по замовленню клієнтів (Private Label); 3) виробництво і продаж нефасованої кави для В2В.

1. Галузеві конкуренти

При виборі конкретного виду кави, покупці в Україні орієнтуються спочатку на свої смакові уподобання, а потім – на країну-виробника, репутацію бренду і ціну. Останнім часом зміцнюються позиції кави як елемента швидкого харчування. Її все частіше купують в міських фастфудах на винос. Для кавових гурманів активно відкриваються авторські заклади, де практикуються