

**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**

Річні витрати на закупівлю сировини і матеріалів складають 160 тис. грн. Закупівля матеріалів планується кожен місяць. Первісні витрати на обладнання офісного приміщення складають близько 25 тис. грн.

Для організації підприємницької діяльності планується реєстрація Фізичної особи підприємця (ФОП) 1-ї групи оподаткування, з перспективою розширення обсягів виробництва та переходом до 2-ї групи платників єдиного податку та найманими робітниками.

Концепція бренду полягає в наступному вислові: «Маленька таємничка нашого одягу не в тому, що він елегантний, а в тому, що в ньому елегантна мама і сама досконалість - маленька донька», а слоган: «Якість, елегантність, вишуканість, натуральність. Сьогодні мамі і доньці, а завтра - доньці та онучці». Така концепція означає, що натуральний, елегантний та вишуканий одяг не втрачатиме своєї якості з роками, та буде передаватися наступному поколінню мам і маленьких доньок.

За розрахунками, на реалізацію проекту необхідні інвестиційні витрати, в обсязі 181 950 грн. Джерелом фінансування проекту є власні кошти підприємця. Під час реалізації проекту з відкриття бренду одягу будуть виникати постійні і змінні витрати, що становить 374 460 грн. і 355 855,20 гривень відповідно. Розрахунки довели беззбитковість проекту та достатню межу безпеки. Чистий прибуток за проектом за 1-й рік складе 4374,94 тис. грн.

Література:

1. Перегуда Є. Ф. Теоретичні аспекти диверсифікації сільськогосподарської діяльності підприємств АПК. Економіка АПК. 2013. № 10. С. 113–116.
2. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. [2-ге вид.]. К.: ЦУЛ, 2011. 728 с.

ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ АПК

Бондарчук Д.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ

Науковий керівник – викладач-стажист Мільчева В.В.

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Аграрній економіці регіонів України, найважливішій складовій агропромислового комплексу, властива особлива вразливість у зв'язку з особливостями ведення сільськогосподарського виробництва в умовах економічної нестабільності, яке не тільки потребує великих витрат, але й пов'язане з високою часткою ризику, що ставить у нерівне становище з іншими секторами економіки. Значимість сільського господарства підсилює той факт, що харчові продукти, що виробляються є стратегічними товарами, і проблеми їх виробництва впливають на рівень продовольчої забезпеченості населення [1].

Незважаючи на всі притаманні ризики, АПК України зберігає свою привабливість для капіталовкладень. Але, все ж таки, існує ряд проблем вимагають серйозних стратегічних реформ:

- недостатній рівень розвитку логістики в сільському господарстві;

- глобальна економічна нестабільність і обмеженість фінансових ресурсів держави;
- невідповідне забезпечення сільськогосподарських підприємств сучасною технікою.

І це лише кілька проблем, які чекають свого рішення. Загалом, можна зробити висновок, що держава відіграє величезну роль у розвитку і підтриманні аграрного сектора, але результати будуть залежати в першу чергу від політичної ситуації в країні, стабілізації цін на продукцію і макроекономічних показників.

В даний час одним з основних завдань розвитку країни є переведення її економіки на інноваційний шлях розвитку, що дозволить значно підвищити рівень і якість життя населення, забезпечить конкурентоспроможність України в умовах економічної нестабільності. Активна інноваційна діяльність є одним із способів змінити ситуацію в сільському господарстві.

При цьому доцільно виходити з таких концептуальних підходів:

1. Визначити майбутнє для розвитку сільського господарства регіонів на довгострокову перспективу неможливо без розуміння змін, які відбуваються в світовому співтоваристві і Україні в цілому, в умовах подальшого розвитку глобалізації і науково-технологічного прогресу.

2. Слід враховувати вкрай несприятливі вихідні умови сільського господарства регіонів України. Для забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, інноваційного оновлення аграрного виробництва необхідний вибір і послідовна реалізація інноваційної стратегії з урахуванням умов функціонування України в умовах економічної нестабільності.

3. Основою інноваційного підходу для розвитку сільського господарства є використання наукових досягнень, наявних в Україні та світі. При цьому необхідна значна підтримка державою фундаментальних наукових досліджень, взаємодія освітніх установ і їх соціальних партнерів при підготовці висококваліфікованих кадрів в АПК, посилення ролі закладів професійної освіти в рішеннях цих задач.

4. Пріоритетним напрямком інноваційної стратегії, яка дозволить отримати найбільший економічний, соціальний, екологічний ефект, стати основою економічного зростання, повинні бути енергозберігаючі технології, що дозволяють забезпечити ринок екологічно чистим вітчизняним продовольством, доступним для населення регіонів.

5. Необхідно розробити систему ефективного використання ресурсів і створити сприятливий інвестиційний клімат для збільшення вітчизняних та іноземних інвестицій до пріоритетних інноваційних напрямків в агропромисловому комплексі [2].

6. Ефективність економічного механізму забезпечується за допомогою комплексного здійснення всіх заходів за рахунок прояву закону синергії.

Регіони України мають реальні можливості для інноваційного розвитку сільського господарства на основі обраних пріоритетів. Є багатогранний інтелектуальний, науково-технічний потенціал, який необхідно активізувати.

Зміни повинні бути пов'язані не тільки з капітальними благами, але і з вкладеннями в підготовку кваліфікованих кадрів. Пріоритетними завданнями для сільського господарства є вибір і послідовна реалізація довгострокової стратегії, що спирається на внутрішні джерела зростання.

Література:

1. Мостенська Т. Харчування як складова продовольчої безпеки / Т. Мостенська, Г. Кундєєв. // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2016. – №3. – С. 113–122.

2. Малік М. Реалізація цілей сталого розвитку України в контексті трансформації особистих селянських господарств у сімейні фермерські / М. Малік, О. Шпикуляк, В. Мамчур. // Економіка природокористування і сталий розвиток. – 2020. – №7. – С. 21–31.

СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

**Кучерук М.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.т.н., ст. викладач Значек Р.Р.**

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

На думку Ф. Котлера, «сучасний маркетинг – далеко не те ж, що маркетинг 1970-х рр. На ринку є товари для задоволення практично будь-яких потреб. Попит не просто насичений – він пересичений [1].

Широке становлення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання й їх маркетингової діяльності, можуть забезпечити тільки належне державне регулювання та громадські організації із захисту прав споживачів, не заперечуючи водночас і позитивного впливу соціальних ініціатив суб'єктів господарювання.

Величезні перспективи має маркетинг в нашій країні, але його розвиток гальмується тим, що ця сфера діяльності вимагає значних інвестицій на навчання, дослідження, реорганізацію виробничої діяльності та збутової функції (рис.1).

Еволюція сучасного ринку

- концентрація в сфері дистрибуції товарів масового споживання;
- революція в інформаційних технологіях;
- зростання патентів та товарних знаків;
- зменшення впливу на свідомість споживача;
- насичення і фрагментація каналів поширення реклами;
- гіперфрагментація ринків;
- скорочення життєвого циклу продукту;
- скорочення числа конкурентів за значного збільшення брендів;
- зростання кількості товарів в одній категорії.

Рис. 1. Еволюція сучасного ринку за Ф. Котлером

ЗМІСТ

1. **АНАЛІЗ І ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СОКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СП
«VITMARK-Україна»** 2
Бушняк І.В., Тюхтій Т.М. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Наукові керівники – старший викладач Голодонюк О.М., викладач-
стажист Мільчева В.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
2. **ВИРОБНИЧА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК ОДИН ЗІ ШЛЯХІВ
ПОКРАЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА** 3
Бондарчук Д.О. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., старший викладач Соколюк К.Ю.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
3. **БІЗНЕС-ПЛАН ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ FASHION-ІНДУСТРІЇ** 5
Захарук А.Д., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Бахчиванжи Л.А.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
4. **ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ АПК** 7
Бондарчук Д.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – викладач-стажист Мільчева В.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
5. **СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ** 9
Кучерук М.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.т.н., ст. викладач Значек Р.Р.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
6. **ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ЯК КОМПЛЕКСНА РЕКЛАМА** 11
Качковська А.С., студ. СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ
Науковий керівник к.т.н., доц. Донець Л.Я.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
7. **СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В УПРАВЛІННІ
МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ
ВОЛАТИЛЬНОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА** 12
Крук А.К., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Наукові керівники – д.т.н., проф. Мардар М.Р.,
к.е.н., доц. Бахчиванжи Л.А.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
8. **МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ І ПЕРСПЕКТИВ
РОЗВИТКУ РИНКУ МОРОЗИВА В УКРАЇНІ** 14
Мамренко В. Ю., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Савченко А. І., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ