

**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

- Відсутність привабливого інвестиційного клімату
- Великі строки окупності готельних проектів.
- Політична нестабільність у країні.
- Складності в банківській сфері
- Труднощі із землевідведенням, дефіцит вільних земельних ділянок, особливо в столиці і великих містах.

– Сектор готелів рівня трьох зірок і нижче залишається в Україні незаповненим і представлений в основному підприємствами з вкрай низьким рівнем обслуговування і невеликим набором послуг. [3]

У сучасних ринкових умовах головною метою підприємства готельної індустрії є досягнення конкурентних переваг у довгостроковому періоді, які забезпечуватимуть високий рівень прибутку та стабільне економічне зростання.

Без ретельно сформульованої стратегії діяльність підприємства готельного бізнесу втрачає сенс та призводить до внутрішнього застою й погіршення фінансових результатів діяльності. Оптимальне поєднання наведених стратегічних підходів, на нашу думку, дозволить підприємствам готельного бізнесу отримати такі позитивні результати, як збільшення числа постійних клієнтів, готелю, підвищення популярності його торгової марки, формування лояльності споживачів, зростання прибутку та інші.

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

Література:

1. Ільяшенко В.А. Рейтингове управління конкурентоспроможністю продукції та підприємства / В.А. Ільяшенко // Держава та регіони. – 2004. - №3. – С. 91-94.

2. Подлепіна П.О. Підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності / П.О. Подлепіна, О.М. Поп // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети: матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції.– Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна. – С. 214-216.

3. Грабовенська С.П. Стратегія розвитку готельного господарства / С. П. Грабовенська. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://joomla.spkneu.org/>

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

Менеджеру, щоб успішно виконувати управлінські функції, потрібно вміти вести за собою підлеглих. Виступаючи сьогодні в ролі керівника, дипломата, інноватора, вихователя і просто людини, він перш за все представляє себе як керівник (лідер). Лідерство у сучасному менеджменті домінує у всіх сферах професійної діяльності керівника будь-якого рангу. Трудовий процес протікає у соціальних групах, в кожній із яких є індивід, до

якого прислуховуються і приглядаються інші. Це керівник, лідер. Він впливає на оточуючих головним чином за рахунок авторитету та харизматичних якостей (людяності, піклування тощо). Сьогодні колективам потрібні керівники з прогностичним типом мислення, високо інтелектуальні, професійно підготовлені, стресостійкі тощо. Лише керівникам з такими характеристиками можуть довіряти підлегли, покладаючи на них весь процес керівництва.

Положення керівника в колективі може носити двоякий характер: об'єктивне (офіційне як начальника) і суб'єктивне (авторитет як особистості). При цьому дані положення керівника можуть суперечити один одному. Це трапляється тоді, коли посадове становище керівника знаходиться в конфлікті з його недостатньою або просто низькою особистою авторитетністю.

Одним з наочних виразів авторитету керівника є особистий статус. Він свідчить про суміщення обох видів авторитету керівника в одній особі: і посадового і особистісного. Керівник в цьому випадку виявляється інтегральним лідером (одночасний лідер і в офіційній, і в неофіційній структурах колективу). Неофіційна (психологічна) структура тут тісно узгоджується з офіційною, стає залежною від останньої і тому добре керованою. Це може бути показником оптимального рівня ефективності діяльності керівника.

Керівники, які мають вищий статус в своїх колективах займають центральне положення серед своїх підлеглих (службова підпорядкованість цим керівникам обумовлена не тільки штатним розкладом, але і їх професійно-діловими і особистісними якостями). Офіційна і неофіційна структури в колективах, в яких керівники не мають високого особистого авторитету, менш узгоджені між собою, роз'єднані. Психологічна структура в цих колективах придбала відому ступінь автономності, що робить її слабо керованою з боку офіційного керівництва, тобто децентралізованою. У колективі з централізованої психологічною структурою 88% неофіційних лідерів є лідерами емоційного типу, тобто товариськими, авторитетними, тактовними працівниками. Про таких людей кажуть, що за своїми душевними якостями - це необхідна людина в колективі. Хоча їхня професійна підготовленість може бути недостатньою, через що вони не можуть бути офіційними керівниками.

Наявність емоційного лідера забезпечує офіційним керівникам компенсацію їх негативних якостей. Дійсно, більшість випадків взаємовідношення офіційних керівників з неофіційними лідерами в умовах централізації структур засновані на товариській взаємодії. Таке неофіційне лідерство можна назвати компенсаторним. У тих трудових колективах, де керівник втратив статус лідера, переважає інструментальне неофіційне лідерство. При цьому конкретний тип неофіційного лідерства залежить від ступеня децентралізації психологічної структури: ділове інструментальне лідерство активно проявляється там, де має місце так зване "перехоплення" функцій офіційного керівника неофіційним лідером. Такий тип неофіційного лідерства може бути заміщаючим або ж супротивним. Заміщаюче лідерство часто справляє позитивний вплив, в той час як супротивне може привести до

появи в виробничому колективі неофіційних угруповань, незадоволених керівником колективу, які не підтримують його, намагаються неофіційними шляхами послабити його службові позиції або активно суперечать організаційним заходам офіційного начальника. В цьому випадку відбувається фактичне відсторонення керівника від керівництва.

Слід зауважити, що в тих виробничих колективах, де керівник представляє собою інтегративний тип лідера відсутні угруповання, або вони є позитивними за спрямованістю.

Там, де керівники не мають вищого статусу продуктивність праці нижче на 30-40%. Керівник, що не придбав або втратив діловий і емоційний вплив на колектив, не може досить ефективно здійснювати жодну зі своїх соціальних функцій - ні виробничу, ні виховну.

Оточення сприймає лідера за чотирма основними моделями: «один з нас», «кращий з нас», «втілення доброчесності», «виправдання всіх очікувань».

Проаналізувавши вищевикладене, відзначимо, що головним важелем керівника в управлінні трудовим колективом залишається його особистий авторитет. Але особистий (НЕ посадовий) авторитет з'являється у керівників тільки в тому випадку, якщо підлеглі внутрішньо відчують якісну перевагу над собою даного керівника. А це буває тільки тоді, коли керівник виявляє не тільки широту своєї професійної ерудиції, а й ерудицію загальнокультурну.

Науковий керівник – к. е. н., доц. Каламан О. Б.

Література:

1. Менеджер як організатор і вихователь / А. М Ткаченко, Г. В. Ангелів, В. І. Калашник, О.В. Романенко, С.С. Шувалов
2. Вергилес Е.В. «Лідерство і влада» 2003р.
3. Н.І.Кабушкін «Основи менеджменту»
4. Р.Л.Кричевский «Якщо ви - керівник ... Елементи психології менеджменту в повсякденній роботі» 1998р.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Легендзевич К. В., студ. СВО «Магістрант» фак-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м.Одеса**

Вступ. Організація зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) підприємства – складна робота, яка вимагає вивчення кон'юнктури ринку, встановлення ділових контактів з потенціальними покупцями, проведених переговорів, підписання угод і т.д. Тому підприємству, яке планує виходити на зовнішні ринки, потрібно сформувати ефективну структуру управління, яка б вирішувала ці складні завдання.

Виклад основного матеріалу. Організаційно-функціональна структура зовнішньоекономічної діяльності підприємства залежить від багатьох факторів, серед яких: