

МІЖНАРОДНІ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ІНТЕРНЕТ-
КОНФЕРЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ
www.economy-confer.com.ua



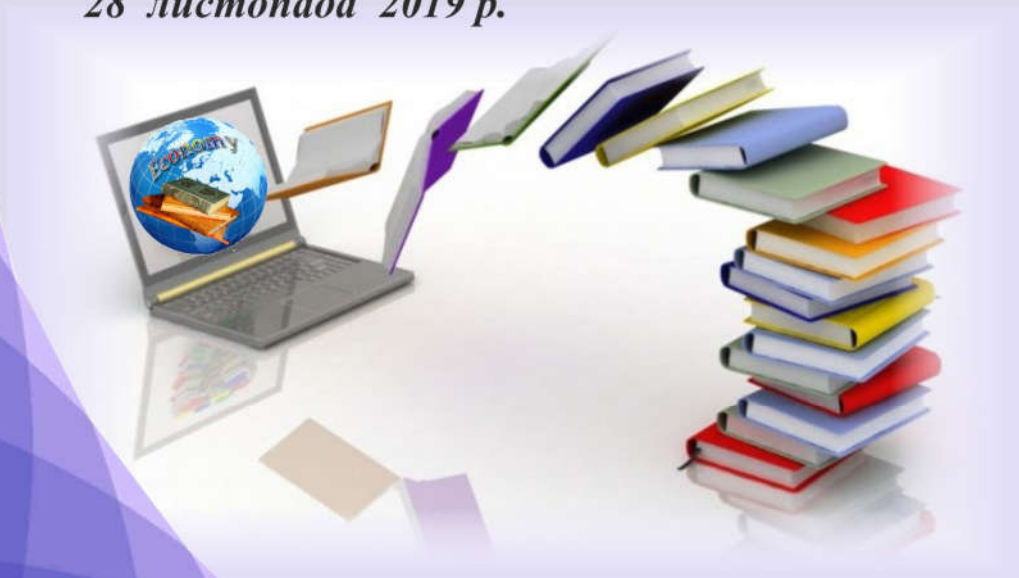
Світ економічної науки

Збірник тез міжнародної
науково-практичної
інтернет-конференції

Випуск 18

Частина 1

28 листопада 2019 р.



Тернопіль 2019

"Світ економічної науки. Випуск 18": матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. У двох частинах. – Частина 1. - Тернопіль, 2019. – 131 с.

УДК 330 (063)
ББК 65я431

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Світ економічної науки. Випуск 18», які оприлюднені на інтернет-сторінці www.economy-confer.com.ua

Наші збірники матеріалів науково-практичних інтернет-конференцій включаються до наукометричної бази даних "РІНЦ / RSCI".

Адреса оргкомітету:
46005, Україна, м. Тернопіль, а/с 797
тел. +380977547363
e-mail: economy-confer@ukr.net

Оргкомітет економічної наукової інтернет-конференції не завжди поділяє думку учасників. В збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Повну відповідальність за достовірність несуть учасники, їх наукові керівники та рецензенти.

Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерело є обов'язковим.

<i>Вашанцева Вікторія Сергіївна</i> ОГЛЯД УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ПОСЛУГ ПО РОЗРОБЛЕННЮ ІНТЕР'ЄРА.....	91
<i>Дунайчук Сергій Миколайович, Аніщенко Людмила Олександрівна, Височин Дмитро Сергійович</i> УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТОВ «ОККО- РІТЕЙЛ».....	93
<i>Дунайчук Сергій Миколайович, Зима Елла Миколаївна, Ільченко Вікторія Сергіївна</i> АТЕСТАЦІЯ ЯК МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПЕРСОНАЛУ.....	95
<i>Жаворонкова Катерина Юріївна</i> ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГУ ПРИ ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ КОМПАНІЇ.....	98
<i>Крикун Ольга Олександрівна, Унгур'ян Катерина Дмитрівна, Завадська Карина Андріївна</i> ГУМАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ ЯК СКЛADOVA ЧАСТИНА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	100
<i>Лозовська Ганна Миколаївна, Нестерова Анастасія Андріївна</i> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ШОКОЛАДНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ.....	102
<i>Мартиненко Владислав Едуардович</i> ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ РОЗПОДІЛУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	108
<i>Машлій Галина Богданівна, Корчак Софія Миколаївна</i> ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОРГАНАМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ РОЗВИТКОМ РЕГІОНІВ.....	111
<i>Мосейко Юлія Володимирівна</i> ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ЇХ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ.....	113
<i>Нікольська Дар'я Андріївна</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА.....	114

персоналу, нове ставлення його до праці не тільки як до необхідності, а й як до потреби, до форми самовиявлення [1].

Про справжні творчі можливості конкретного працівника можна говорити лише на основі здійсненої діяльності, отриманих оригінальних дій в роботі. Гуманізація праці висуває до сучасного працівника наступні вимоги: бути наполегливим, готовим до сприйняття, обробки і передачі інформації, бути раціональним, здатним до групової роботи, бути старанним і точним, чесним, справедливим, прагнути до контактів, готовим правильно відреагувати на обґрунтовані заперечення, а також готовністю до прийняття рішень і досягати поставлених цілей.

Гуманізація праці й виробництва є багатоаспектною і складною проблемою, розв'язання якої передбачає використання творчої активності людини та мотивів її життєдіяльності. Тому основний акцент робиться на зміні змісту та умов праці, застосуванні функцій менеджменту, умінні адаптуватися в нових умовах, мотивувати, задовольняти матеріальні і соціальні потреби, потреби у знаннях, технологіях та техніці.

Список використаних джерел:

1. Колот А. М. Соціально-трудові відносини: теорія і практика регулювання. Монографія. Київ. КНЕУ, 2003. 230 с.
2. Єсінова Н. Економіка праці та соціально-трудові відносини. Навчальний посібник. Київ. Кондор, 2004. 429 с.
3. Основи економічної теорії: політекономічний аспект. Підручник. Відп. ред. Г. Н. Климко. Київ. Знання-Прес, 2002. 615 с.
4. Богоявленська Ю., Ходаківський Є. Економіка та менеджмент праці. Навчальний посібник. Київ. Кондор, 2005. 328 с.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ШОКОЛАДНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Лозовська Ганна Миколаївна

кандидат економічних наук, старший викладач, Одеська національна академія харчових технологій

Нестерова Анастасія Андріївна

магістр, Одеська національна академія харчових технологій

На сьогоднішній день шоколад – це найпопулярніший вид ласощів. Його виробляють не лише в плитках, його використовують для глазурування печива, зефіру тощо. Асортимент шоколаду налічує велику кількість шоколаду з начинками, які здатні задовольнити потреби будь-

якого гурмана. Але найважливіше, це те, що нині цей продукт доступний кожному.

У 2017 році виробництво шоколаду продовжувало падати. Хоча бували місяці, коли відбувалося зростання виробництва. Наприклад, в серпні 2017 року, виробництво шоколаду збільшилося на 9,7% порівняно з серпнем 2016. Всього, в серпні було виготовлено 15,1 тис. тонн. Проте вже у вересні 2017 цифри знову впали.

У травні 2019 року виробництво в сегменті шоколадних виробів продовжує зростати у всіх секторах. Згідно з даними Державної служби статистики, за підсумком п'яти місяців зростання становило 11,2%, або 9,2 тис. т (82,5 тис. т), якщо порівнювати з січнем – травнем 2018 року (73,3 тис. т). Найбільше зростання відзначається в основних експортних позиціях – шоколадні цукерки із вмістом алкоголю та шоколад у брикетах. Загальний обсяг готової продукції станом на кінець травня склав 5,8 тис. т (рис. 1) [1].



Рис.1 – Виробництво шоколадної продукції в Україні (в тис. т.)

Серед причин спаду виробництва шоколаду свою роль зіграли:

- девальвація гривні;
- зниження купівельних можливостей населення;
- закриття російського ринку;
- зростання цін на какао-боби та цукор [1].

Ще однією причиною зростання цін називають збільшення вживання шоколаду в країнах: Індії, Китаї, Саудівській Аравії. Підвищення попиту дозволяє постачальникам какао-бобів піднімати ціни (Рис. 2 – Рис.3).

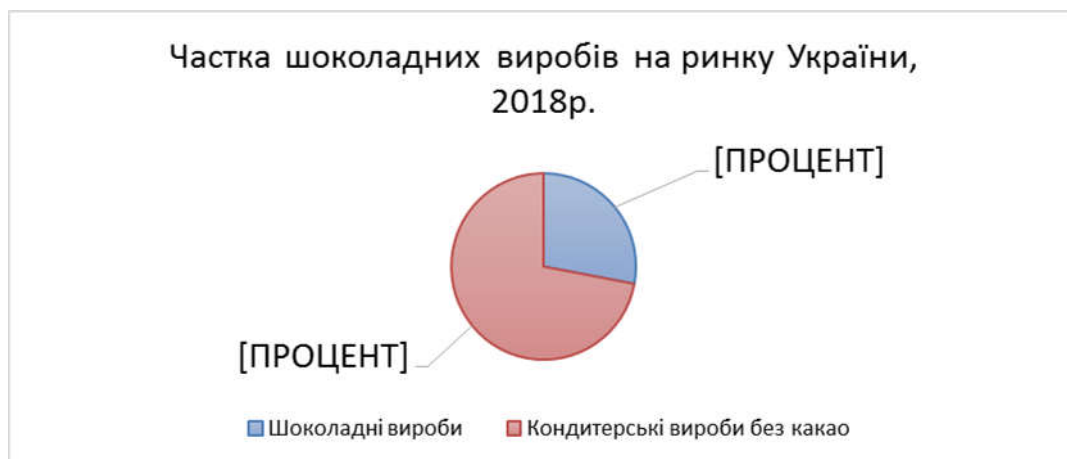


Рис.2 –Ціна купівлі какао-бобів



Рис.3 – Обсяг купівлі какао-бобів

За підсумками 2017 року, в світовому рейтингу кондитерських виробів компаній Candy Industry присутні три представника українських компаній – ROSHEN, КОРОНА, АВК. На внутрішньому ринку кондитерських виробів, шоколадна продукція займає 28% від загального об'єму виробництва. (Рис. 4)



Джерело: дані Державної служби статистики України

Рис.4 – Частка шоколадних виробів на ринку України, 2018 р.

В структурі споживання шоколаду в Україні найбільшу частку (30%) займають найдоступніші за ціною вироби з вмістом какао. На другому місці - шоколадні цукерки (24%). Їх купують в основному жінки, частіше керуючись спонтанним бажанням спробувати що-небудь смачненьке. Тому виробники цукерок прагнуть привернути увагу цієї категорії споживачів не тільки якістю, але і шляхом розміщення реклами та насиченого оформлення упаковки.

В українців найбільш популярними серед кондитерських виробів є шоколадні плитки (26,6% частка у грошовому вираженні), печиво (19,5%), а також вагові шоколадні цукерки (17,3%). Ці три категорії генерують понад 60% продажів ринку солодоців. Більш того, шоколадні плитки є не тільки основним джерелом розвитку кондитерських виробів.



Джерело: дані Державної служби статистики України

Рис.5 – Структура ємності ринку шоколадних виробів за 2018 рік, %

Економічна криза, що почалася в 2014 році, вдарив і по шоколадній галузі. Для наших виробників закrywся російський експортний ринок, були зупинені підприємства в зоні бойових дій в Донецькій і Луганській областях, знизилося внутрішнє споживання через падіння доходів населення. На додаток до цього, зросли ціни на какао-боби на міжнародному ринку через посуху в Кот-д'Івуарі в 2015 році і зростання попиту на них в Китаї, Індії і Саудівської Аравії. Всі ці фактори стали причинами скорочення виробництва, яке до 2018 року впало приблизно в два рази в порівнянні з 2013-м. [1].

У цих умовах виробники змушені були шукати нові шляхи для економічного виживання і розвитку. Були відкриті і продовжують відкриватися нові канали експорту. Якщо в першому півріччі минулого року основними споживачами українського шоколаду були Казахстан, Молдова і Болгарія, то в поточному році до них додалися Білорусь,

Великобританія і Австрія. Це говорить про визнання якості української шоколадної продукції на просторах Європи, чому сприяло угоду про зону вільної торгівлі з ЄС і завершення до 2018 року адаптації національних стандартів якості до європейських.

2017 рік став початком відновлення виробничих показників шоколадної галузі України. Її подальший розвиток буде залежати від динаміки збільшення доходів населення нашої країни і успішності подальшої реалізації експортного потенціалу на міжнародному ринку. Перспективним для цього є азіатський напрямок, де зосереджена велика кількість потенційних споживачів українського шоколаду, люблячих якісні солодощі в яскравій упаковці.

Шоколад є одним з найпопулярніших продуктів після борошняних виробів в Україні. Українці часто вважають, що якість вітчизняної шоколадної продукції на порядок нижче, ніж зарубіжної. Але український шоколад імпортується в більш ніж 50 країн світу, зберігаючи при цьому якість міжнародних стандартів. Крім підвищення курсу долара, нестабільна політична ситуація і військові дії на сході країни також мали негативний вплив на імпорт шоколадної продукції.



Джерело: дані Державної служби статистики України

Рис. 6 – Динаміка експорту шоколадних виробів з України в натуральному вираженні 2013-2018 рр., тис. тон

За даними Державної митної служби, експортні поставки шоколадних виробів у 2019 році знаходяться в межах 4,5 тис. т, тим самим продовжуючи позитивний експортний тренд. Так за підсумком п'яти місяців 2019 року на зовнішні ринки було відвантажено 24,1 тис. т шоколадних виробів із загальною вартістю 63,1 млн USD. Основними ринками збуту були Казахстан (11,1%, або 7 млн USD), Білорусь (8,6%, або 5,4 млн USD) і США (7,2%, або 4,5 млн USD) [2].

Основними ринками збуту протягом аналізованого місяця були такі країни: Казахстан (398 т; експорті позиції: пористий чорний шоколад, молочний шоколад, цукерки глазуrowані з начинкою), Білорусь (379 т; шоколадна глазур, цукерки глазуrowані, молочний шоколад, десертний соус, шоколадні цукерки з начинкою та без), Румунія (277 т; халва соняшникова, цукерки з вмістом какао, молочний шоколад), Республіка Молдова (270 т; глазур кондитерська з вмістом какао, шоколадні цукерки з наповнювачем, молочний шоколад, молочно-шоколадні батончики), Грузія (214 т; розчинний шоколадний напій, шоколадні цукерки з начинкою та без, глазур шоколадна, шоколад у плитках по 100 г) [2].

Торгові марки «Корона», «БКК», «Roshen», «Lion», «Kinder» – втрачають частку ринку як в натуральному вимірі, так і в грошовому. Торгові марки «Kinder-surprise», «Артек» («Світоч»), «Барні», «Raffaello» – втратили частку в грошовому вимірі, але придбали в натуральному. А торгові марки «Snickers», «Ромашка» («Roshen»), «M&ms», «Millennium» і «Milka» приросли за обома показниками (табл. 1) [3]:

Таблиця 1 – Приріст падання часткою ринку основних виробників шоколадної продукції

Торгівельна марка	Грн., прирістопадіння часток ринку		Кг., прирістопадіння часток ринку	
	2016/2017, %	2017/2018, %	2016/2017, %	2017/ 2018, %
Корона	-10,83	-36,69	5,47	-32,5
БКК	-1,68	-14,68	-7,94	-18,28
Roshen	-7,64	-11,49	-5,89	-13,73
Millennium	53,09	17,17	78,71	34,53
Milka	17,57	56,98	39,29	86,59

Шоколад і шоколадні вироби завжди користувалися популярністю серед населення України. По популярності серед кондитерських виробів шоколад знаходиться на другому місці, поступаючись тільки борошняним виробам. Однак український шоколадний ринок залишається нестабільним і постійно змінюється. В Україні спостерігається постійний спад попиту на шоколадну продукцію. Він почався ще 2013 році і був викликаний зниженням купівельної спроможності населення.

Падіння експорту та імпорту шоколадної продукції. Причиною цього стало те що не вся українська шоколадна продукція відповідає європейським вимогам. Тому для виходу на європейський ринок необхідно змінити стандарти виробництва шоколаду та шоколадних виробів.

У зв'язку з даними подіями впало і загальне споживання шоколаду. Але раціональна цінова політика великих виробників надала можливість українцям відновити колишній рівень споживання, за рахунок випуску нових видів продукції за доступними цінами.

Список використаних джерел:

1. Дослідження ринків [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://marketing.rbc.ua/news/17.07.2017/8944>
2. TradeMasterGroup – портал топ-менеджерів оптової та роздрібної торгівлі [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://trademaster.ua/articles/312818>
3. Резнік Є.К. Кондитерські виробы в Україні.[Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5513126/page:2/>

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ РОЗПОДІЛУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Мартиненко Владислав Едуардович

магістрант, Національний аерокосмічний університет ім.

М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Розглядаючи системи розподілу як поняття, варто відзначити багатозначність цього трактування і застосовність її до цілого ряду найрізноманітніших наук (як технічних, так і економічних), особливо з огляду на самостійні значення кожного з слів, що входять в дане словосполучення.

Варто відзначити, що в сучасній економіці під розподілом розуміють систему взаємопов'язаних елементів, які утворюють відносини з приводу факторів і результатів виробництва.

Поняття «система» ще більш багатозначне в порівнянні з поняттям «розподіл». Так, в тлумачному словнику української мови під системою розуміється:

- порядок, зумовлений правильним, планомірним розташуванням і взаємним зв'язком частин чого-небудь;
- продуманий план
- то, що стало нормальним, звичайним, регулярним;
- заведений, прийнятий порядок в розташуванні і зв'язку дій;
- суспільний лад, форма суспільного устрою;
- щось ціле, що представляє собою єдність закономірно розташованих і знаходяться у взаємному зв'язку частин;