

**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

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.
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

Підприємства роздрібно́ї торгівлі можуть надавати послуги, які за їх призначенням можна розділити на три групи: послуги виробництву; послуги іншим галузям народного господарства; послуги безпосередньо покупцям.

Статистичні дані свідчать про зростання роздрібно́го товарообороту в Україні протягом 2010–2017 рр. у 2,3 рази [1] та суттєве підвищення питомої ваги торгівлі у загальному обсязі реалізованих послуг [2]. Аналогічну тенденцію можна спостерігати з показником товарообороту в магазинах, що торгують переважно продовольчими та непродовольчими товарами. Значно підвищився товарооборот поза магазинами (майже у 4 рази).

Аналіз динаміки наявності об'єктів роздрібно́ї торгівлі в Україні вказує на те, що за період з 1990 року мала місце повільна тенденція до скорочення числа об'єктів даної сфери послуг, що відбувалось за рахунок зростання кількості великих магазинів та скорочення чисельності дрібних. В останні роки наявність об'єктів роздрібно́ї торгівлі в Україні стабілізувалась на рівні 59 тис. од., а концентрація послуг, що надаються середнім суб'єктом підприємницької діяльності у цій сфері, поступово зростає.

У практиці торгівлі характеристика суті послуг тісно поєднується з їх основними видами. Розрізняють три види торговельних послуг: пов'язані з купівлею товару; послуги, які надаються покупцям після придбання товарів; послуги, які сприяють ефективній реалізації товарів. Послуги, які надаються підприємствами торгівлі, можуть бути платними і безплатними, але всі вони реалізуються з метою залучення в магазини найбільшої кількості покупців.

Новітньою тенденцією у сфері торгівлі України є стрімке зростання ринку електронної торгівлі. Світовий ринок електронної торгівлі є одним з найбільш динамічних і стабільно зростаючих ринків. За даними звіту eMarketer, у 2017 році обсяг світової роздрібно́ї Інтернет – торгівлі сягнув 10,1 % роздрібно́ї торгівлі загалом, у 2021 р. ця частка зросте до 16,1 %; темпи зростання обсягів електронної торгівлі випереджатимуть темпи зростання роздрібно́ї торгівлі загалом [3].

Ринок електронної торгівлі України, своєю чергою, є хіба не найуспішнішим ринком України взагалі. Це єдина галузь, темпи зростання якої є в останні 2 роки найвищими у Європі, що породжує вельми оптимістичні прогнози і приваблює все більше учасників. Зростання обороту електронної торгівлі в Україні вочевидь пов'язане з тим, що для все більшої кількості наших співгромадян Інтернет перетворюється на природне середовище існування, в межах якого задовольняється все більше потреб. Це дає змогу розглядати Інтернет як канал для формування споживчого попиту з найбільшою швидкістю та потенціалом зростання на найближчі роки.

Виявлені тенденції розвитку торгівлі вказують на загострення конкуренції та боротьбу за споживачів на ринку торговельних послуг. У найближчій перспективі ефективне функціонування даної сфери залежить від впровадження інноваційних методів роботи з покупцями, до яких належать такі: покращення сервісу; запровадження системи методів стимулювання збуту та, зокрема, цінових знижок, гарантійних зобов'язань; оперативність

доставки; продаж товарів за каталогами, через Інтернет; доставка товарів на замовлення; спеціальні пропозиції для соціально незахищених верств населення.

Наукові керівники - к.е.н., доц. Бахчиванжи Л.А; к.е.н., ст.викл. Євтушок О.В; асист. Значек Р.Р.

Література:

1. Основні показники роздрібної торгівлі. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Дата звернення 25.03.2019 р.)
2. Обсяг реалізованих послуг за регіонами за видами економічної діяльності. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/posl/arh_dpssp_.html (Дата звернення 25.03.2019 р.)
3. Апопій В. В. Інтернет – торгівля: проблеми і перспективи розвитку. Регіональна економіка. 2003. № 1. С. 25.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Генчу О. М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Кондитерський ринок України за останні роки значно змінився, цьому посприяла економічна криза, девальвація гривні, зменшення купівельної спроможності населення, підвищення цін на товари, внаслідок чого великі власники втратили свої підприємства. Взагалі, ринок кондитерських виробів в Україні є ринком, який динамічно розвивається, оскільки, з одного боку, великі компанії витісняють менш потужних, а з іншого – постійно з'являються нові підприємства, які створюють конкурентне середовище.

Дослідження кондитерського ринку України свідчить, що найбільшу частку займає продукція вітчизняного виробництва, що становить близько 95% в загальному обсязі. На ринку кондитерських виробів України працює близько 800 компаній [1].

Українці стали витратити на їжу майже вдвічі більше, ніж п'ять років тому – витрати на продовольство виросли на 75%. При цьому 12% всього бюджету віддають за солодощі. Останні декілька років ринок кондитерських виробів в Україні активно розвивається. Україна входить у десятку країн – любителів солодкого. Українець в середньому за рік споживає 15 кг солодощів [1]. Про це свідчить той факт, що українські виробники солодощів традиційно входять до світових топ-рейтингів кондитерів. У 2017 році за результатами світового рейтингу корпорація Roshen посіла 24-те місце з обсягом чистих продажів у \$800 млн, Konti – \$469 млн, а АВК виявилася на 67-му місці з рівнем чистих продажів у \$275 млн. У лідерах рейтингу – корпорації Mondelez International (2-ге місце) і Nestle (5-те місце), які володіють вітчизняними брендами «Світоч» і «Корона» [1].

2018 рік може по праву називатися «шоколадним». За даними Міністерства економічного розвитку, у I кварталі 2018 р. його експорт зріс більш ніж на 30%. Шоколад – найпопулярніший кондитерський продукт у ЄС.