

- трансформація споживчої поведінки, що зумовлює потребу в нових форматах традиційної роздрібною торгівлі (дискаунтери, магазини біля дому, преміальні/нішеві магазини);
- поступовий розвиток онлайн-каналу продажів у сегменті;
- нерівномірність конкуренції на ринку, наявність регіонів із досить низьким рівнем конкуренції.

Серед чинників, що стримуватимуть розвиток розвитку продовольчої торгівлі слід відзначити:

- нестабільний соціально-політичний та економічний стан у країні;
- низька купівельна спроможність значної частини населення;
- доволі висока конкуренція серед ключових гравців ринку – мережеских ритейлерів, які мають високий рівень впізнаваності та прихильності споживачів;
- ослаблення ефективності традиційних цінових способів залучення й утримання споживача (бонуси і знижки), потреба в розробці більш складних інструментів і механік формування споживчої лояльності.

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ

Марченко Д.В., гр. БА3-49м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.А. Синицина**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сучасний етап функціонування підприємств харчової промисловості України вирізняється рядом особливостей, що обумовлює їх конкурентоспроможність. Необхідність впровадження заходів, спрямованих на подолання високого рівня волатильності цін, розробку дієвих державних інструментів та дій по забезпеченню сталого розвитку галузі, обумовлюють актуальність теми дослідження.

Основним первинним сировинним ресурсом для підприємств харчової промисловості є сільськогосподарська продукція: її якість, екологічність, доступність та достатність впливає на собівартість продовольчих товарів, масштаби їх виробництва та споживчі властивості товарів.

Слід також відзначити високий ступінь дезінтеграції на ринку харчової продукції, спричинений значно нижчим за світовий рівнем кластеризації підприємств галузі, що пов'язано зі значною територіальною розосередженістю виробників харчової продукції, а також недостатнім використанням інших мережеских моделей

інтеграції підприємств – франчайзингу, субконтрактингу, що значно послаблює їх позиції на вітчизняному ринку та перешкоджає виходу на зовнішні.

Така ситуація супроводжується рядом екстерналій: волатильність світових цін впливає на внутрішні ціни; існує залежність збалансованості внутрішнього попиту та пропозиції від світової ринкової кон'юнктури; стимулюється орієнтація на експорт продуктів низького рівня переробки та сировини, що перерозподіляє внутрішні ресурси на їх користь і стримує розвиток підприємств харчової промисловості з високою часткою доданої вартості.

У рамкових документах зі сталого розвитку перед виробниками поставлено завдання: наростити питому вагу продукції харчової промисловості та переробки сільськогосподарської сировини у експорті до 65%.

На наш погляд, технічне переозброєння, модернізація та реконструкція підприємств на основі використання інноваційно-інвестиційної моделі розвитку дозволить перейти до сучасних технологічних укладів і забезпечить дотримання вимог щодо якості, безпеки та екологічності продуктів харчування.

ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Міненко О.С., гр. Е-27

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **П.В. Смірнова**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сьогодні, враховуючи стрімкий розвиток економіки та зростання конкуренції, кожне підприємство знаходиться у постійній боротьбі за лідируючі позиції на ринку. І тому, отримання прибутку та здобуття конкурентної переваги є першочерговою метою здійснення господарської діяльності будь-якого підприємства. Підвищенню конкурентоспроможності та прибутковості підприємства сприяє правильно налагоджена та організована система управління.

Проблема управління витратами підприємств є однією з найважливіших і найбільш важких проблем для підприємницьких структур. Від рівня і динаміки витрат залежать не тільки фінансові результати окремих підприємств і їхніх структурних підрозділів, а ефективність формування національного доходу на рівні держави взагалі.

Метою управління витратами підприємства є підвищення ефективності його роботи на основі застосування заходів, спрямованих на економію всіх видів ресурсів та максимізацію віддачі від них, при умові збереження, або підвищення якості продукції (робіт, послуг). Треба