

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ**



***Маркетингові стратегії,
підприємництво і торгівля:
сучасний стан, напрямки розвитку***

**II Міжнародна науково-практична інтернет-
конференція**

Тези доповідей

29 квітня 2021 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ
БУДІВЕЛЬНО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

**II Міжнародна науково-практична інтернет-
конференція**

***Маркетингові стратегії,
підприємництво і торгівля:
сучасний стан, напрямки розвитку***

Тези доповідей

29 квітня 2021 року

**м. Київ
2021**

УДК 339.138.631.11

M75

*Поширення і тиражування без офіційного дозволу
Київського національного університету будівництва і архітектури заборонено*

M75 Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку : Матеріали II Міжнародної наук.-практ. інтернет-конф. : (Київ, 29 квітня 2021 року : тези доповідей). Відп. ред. П. В. Захарченко. Київ : КНУБА, 2021. - 308 с.

ISBN 978-611-01-2275-7

У збірнику опубліковано матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку». Представлено результати досліджень зі стратегій, технологій та перспектив розвитку підприємництва і торгівлі; ідентифікації і фальсифікації товарів; управління якістю та безпечністю товарів; маркетингових стратегій на ринку товарів та послуг; перспектив використання інноваційних будівельних матеріалів; стану та перспектив розвитку ринку нерухомості України; логістичних ланцюгів в торгівлі будівельними товарами; формування професійних компетентностей товарознавців-комерсантів і маркетологів на сучасному етапі.

Науковий комітет:

Захарченко П. В. – к. т. н., професор, завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА; Гоц В. І. – д. т. н., професор, декан будівельно-технологічного факультету КНУБА; Притульська Н. В. – д. т. н., професор, перший проректор з науково-педагогічної роботи Київського національного торговельно-економічного університету; Стойкова Т. В., к. т. н., доцент, директор Центру якості товарів та захисту споживачів Економічного університету – Варна (Болгарія); Кузьор Олександра – проф., заступник декана SUT (Глівіце, Польща); Джвігола-Барош Маріола – д-р., SUT (Глівіце, Польща); Квілінський Олексій – д-р., SUT (Глівіце, Польща); Лич В. М. – д. е. н., професор, завідувач кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування КНУБА; Ляліна Н. П. – д. т. н., професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА.

Організаційний комітет:

Захарченко П. В. – к. т. н., професор, завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА; Самойленко А. А. – к. т. н., доцент, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА; Юдічева О. П. – к. т. н., доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА; Паламарчук О. К. – комерційний директор ТЦ «Епіцентр» м. Боярка, Герєга Г. О. – керівник відділу з підбору та адаптації персоналу ПТК «АГРОМАТ».

Відповідальний за випуск: Захарченко П. В. – канд. техн. наук, професор

Матеріали друкуються в авторській редакції. Втручання в обсяг та структуру матеріалів максимально зменшено.

інтелектуального капіталу будівельних підприємств.....	65
Кушнір І. І. Удосконалення методичного інструментарію альтернативних механізмів реалізації житлових програм: теоретичні та прикладні аспекти.....	68
Лемешенко О. О., Романенко О. В. Тенденції розвитку фондового ринку в Україні.....	71
Лич В. М., Корнієнко С. О. Облік та внутрішній аудит витрат на підприємствах торгівлі будівельними матеріалами.....	74
Малашкін М. А. Концептуальна структура системи управління будівельним підприємством на основі процесно-орієнтовних функціоналів бенчмаркінгу.....	76
Олексин І. І. Специфіка та напрями цифрової трансформації сфери роздрібної торгівлі.....	79
Омельченко Н. В., Браїлко А. С., Ворожбит В. М. Сучасний стан ринку молока та молочних продуктів в Україні та їх експортний потенціал.....	83
Омельченко Н. В., Браїлко А. С., Сознашвілі М. А. Тенденції та нормативно-правове забезпечення ринку лісоматеріалів в Україна.....	87
Орленко І. М. Науково-методичні підходи та прикладні алгоритми формування мультипроектної виробничої програми компанії-девелопера	91
Павлова В. А., Гришина Г. В. Про розвиток вітчизняного фулфілменту	94
Петруха Н. М. Соціальні інститути сільського розвитку в умовах децентралізації.....	96
Петруха С. В. Розвиток сільських територій: колаборація аграрної і будівельної економіки.....	99
Ревунов О. М. Термінологічні та практичні підходи до ідентифікації базових елементів систем управління якістю в інтегрованих бізнес-структурах.....	102
Рижаківа Г. М., Пристайло О. П. Формування бізнес-моделі підприємства в контексті проектних стратегічних завдань управління ресурсним потенціалом.....	106
Романенко О. В., Алавердян Л. М. Стан та перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні.....	110
Романенко О. В., Калюжна А. І. Ринок перукарських послуг.....	114
Романенко Р. П., Фесенко В. С. Перспективи розвитку послуг транспорту в рамках угоди про асоціацію між Україною та ЄС.....	118
Самойленко А. А. Сучасна трансформація вітчизняного ринку тютюнових виробів.....	121
Смірнова З. А., Іванова Т. М. Особливості підприємницької діяльності неприбуткових організацій.....	125
Сосідко К. Р., Романенко О. В. Європейський досвід розвитку соціального підприємництва.....	128
Фатальчук Б. С., Романенко О. В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах.....	131

купівельний попит, вибудувати маркетингову стратегію та робити персоніфіковані релевантні пропозиції конкретному покупцю в потрібному місці і потрібний час (наприклад, в момент входу в магазин).

Отже, впровадження нових високотехнологічних програмно-апаратних рішень на основі технологій штучного інтелекту, комп'ютерного спостереження тощо у найближчому майбутньому призведе до реінжинірингу традиційних бізнес-моделей підприємств роздрібної торгівлі, розвитку нових форматів торговельних послуг та способів цифрової взаємодії зі споживачами.

Список використаних джерел

1. Цифровізація Retail-галузі: актуальні тренди [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.crn.ru/news/detail.php?ID=133674>
2. Українська стратегія Індустрії 4.0 – 7 напрямів розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://industry4-0-ukraine.com.ua/>.
3. Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Проект. – Київ : Hitech office, 2016. – 90 с.
4. Soltan L. Digital Divide: The Technology Gap between the Rich and Poor [Electronic resource] / L. Soltan // Digital responsibility. – 2017. – Available at : <http://www.digitalresponsibility.org/digital-divide-the-technology-gap-between-rich-and-poor>.

УДК 637: 339

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ МОЛОКА ТА МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ ТА ЇХ ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

Омельченко¹ Н. В., к.т.н., професор, Браїлко² А. С., к.т.н.,

Ворожбит³ В. М., здобувач вищої освіти

1-3 Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», м. Старобільськ,

1,2 Науково-дослідний центр «Незалежна експертиза», м. Полтава

Особливості формування, стан та тенденції розвитку світового і вітчизняного ринку молока і молочних продуктів систематично знаходяться у полі зору різних дослідників [1–6]. Ринок молока України на даний момент переживає точку спаду, але незважаючи на загальне скорочення національного валу молока у 2020 році, промислового сектору України вдалося наростити об'єми виробництва молока +1,2% у порівнянні з 2019 роком. Одночасно виробництво молока господарствами населення зменшилось на – 6,2% [7]. Молочне скотарство є головним джерелом надходження коштів до Державного бюджету, оскільки близько 12% всіх працюючих у сфері сільського господарства – люди, які залучені в молочне виробництво, і близько 11% всього валового сільгоспвиробництва складає молочна продукція. Один працівник молочнотоварної ферми генерує робочі місця як мінімум для 10 працівників суміжних галузей і кожен 1 млн т сировини – це близько 1 млрд грн

надходжень до бюджетів у вигляді податків із зарплат людей, які працюють на фермі [8]. Молочна галузь є однією з провідних у структурі харчової промисловості України. Кількість молокопереробних підприємств перевищує 400, проте рівень використання їх виробничих потужностей є невисоким і коливається від 25 до 35% залежно від виду продуктів. У структурі випуску переважають сири, цільномолочна продукція, масло, сухе молоко та казеїн.

Молоко це продукт який вживає більша частина населення України, а тому виробництво молока повинно займати значну частину сільськогосподарської продукції. За 2020 рік в Україні було вироблено 9,25 млн т молока (на 4,2% менше, ніж за 2019 рік). За січень-лютий 2021 року виробництво молока в Україні зменшилося на 4,8% порівняно з аналогічним періодом 2020 року, до 1,06 млн т. Однак, у березні 2021 року індекс умовної прибутковості виробництва молока зріс відразу на 7,1%. Для порівняння Україна в 2011-му році виробила 11,1 млн т молока і за обсягом виробництва посіла 17-те місце у світі [9]. Негативний вплив на зменшення обсягів виробництва молока спричинило стрімке скорочення поголів'я корів. Проблеми з кормами змусили багатьох фермерів збувати тварин, максимально вибраковуючи непродуктивну худобу, а подекуди закривати повністю тваринницький напрямок. На 1 січня 2021 року, великої рогатої худоби в Україні налічувалось 2,874 млн голів. Це на 7,1% менше, ніж на 1 січня 2020 року. Сільськогосподарські підприємства утримували 1,008 млн голів ВРХ (-3,9%). В тому числі корів: 423,9 тис. голів або – 3,4%. Варто зауважити, що скорочення поголів'я за підсумками 2019 р. було майже вдвічі більшим: до -6,3%. Сповільнення темпів скорочення поголів'я в промисловому секторі підтверджує, що в молочному бізнесі залишаються найуспішніші суб'єкти господарювання. Господарства населення утримували 1,9 млн голів ВРХ – 8,7%), з них 1,25 млн голів корів, що на 7,5% менше в порівнянні з попереднім роком [10]. Основними причинами цього є незадовільний стан державного регулювання розвитку агропромислового комплексу в умовах реформування сільськогосподарських підприємств та переходу до ринкових умов господарювання, відсутність належних умов кредитування виробників продукції тваринництва. Однією із головних причин також виступає диспаритет цін на сировину для виробництва продукції (кормів та витрат по утриманню корів) та закупівельних цін покупців і держави на молоко. Подолання цієї проблеми має стати одним із пріоритетних для вирішення на рівні державного регулювання економіки. Не менш важливим фактором прямого впливу на рівень виробництва молока виступає продуктивність корів. При цьому темпи зростання показника продуктивності корів в господарствах населення випереджають темпи її зростання в сільськогосподарських підприємствах, що свідчить про більш кращий та раціональний догляд за утриманням та годівлею поголів'я в підсобних домогосподарствах населення [11]. Зазначені проблеми нічим не відрізняються від проблем 2019 – 2021 років. Але в 2020 році карантинні обмеження почали діяти по всьому світові, це стало проблемою як для внутрішнього молочного ринку України, так і для експорту. За січень-

липень 2020 року експорт молочної продукції склав 65,7 тис. т на загальну суму 137,9 млн дол. США, що на 25% менше, ніж за аналогічний період 2019 року в грошовому еквіваленті.

Не зважаючи на це, наявність в Україні потенціалу в сфері виробництва молока і молочних продуктів, особливо в умовах підвищення світового попиту, дозволяє розглядати нашу країну як достатньо перспективний майданчик для нарощування випуску зазначених продуктів, передусім з метою її експорту [12]. Традиційно затребуваними молочними продуктами в міжнародній торгівлі є сухе молоко і сироватка. Україна експортує по 25–35 тис. т цих товарів щорічно, успішно диверсифікуючи останнім часом напрямки із СНД до країн Азії і Африки. У якості найбільш перспективних регіонів обрані країни Африки, Азії та Близького Сходу завдяки їх потужному, швидкозростаючому і відносно невибагливому попиту. Ринки більшості країн, крім того, ще не є висококонкурентними, отже розглянуть пропозиції українських постачальників. Тобто, географія експорту розширюється. Якість та безпечність молочних продуктів виготовлених в Україні за останні роки виросла в рази. Частка молока екстра-гатунку, що за європейськими стандартами придатне для харчових цілей – збільшилась з 21,6% у 2018 році до 34,6% у 2020 році. Власні молочні продукти Україна експортує до Молдови, Казахстану, Грузії, Азербайджану і навіть до Китаю та Ізраїлю. Одночасно, в грошовому і фізичному еквіваленті експорт, на жаль, демонструє низхідні тренди. Найбільша частка експорту припадає на сухі молочні продукти: молоко, вершки, сироватку. Вітчизняні підприємці експортують навіть морозиво [13]. За 2020-2021 роки збільшилось число країн, які бажають імпортувати молоко та молочні продукти з України. До списку країн тепер додалася Японія. Пандемія створила проблеми країнам, громадянам і особливо складні умови для ведення бізнесу. Але навіть на тлі цих викликів українські виробники отримали додатковий доступ до великого ринку Аргентини, де мешкає понад 40 млн людей [14].

Важливим товаром в українському експорті є також згущене молоко, однак воно популярне головним чином в Середній Азії та інших країнах СНД. Окремо необхідно сказати про молоковісні продукти, експорт яких є співставним за обсягами з експортом молочних продуктів. Це спреди, сирні продукти, аналоги згущеного молока і кисломолочних продуктів. Вони можуть оформлятися на митниці як товари із додаванням рослинних жирів або як інші харчові продукти (коди 1517 90, 1901 90, 2106 90 УКТ ЗЕД). Інколи одні й ті ж самі продукти можуть класифікуватися і як молочні, і як молоковісні, в залежності від торгових режимів, особливостей оформлення. Проблема в тому, що однозначно виділити такі продукти у зовнішнь-торгівельній статистиці неможливо, оскільки під вказаними вище кодами можуть класифікуватися продукти з невідомим вмістом молока, або навіть взагалі не маючі відношення до молочної галузі, як, наприклад, деякі борошняні вироби або напої. Це ускладнює аналіз торгівельних даних і розуміння балансу ринку молочних продуктів. Сьогодні ціни на молочну продукцію, ввезену з ЄС, нижчі ніж на

вітчизняні продукти. Причиною є субсидії, які отримують європейські експортери з бюджету співдружності. Тобто українські виробники молока-сировини та молочних продуктів вже спочатку перебувають в нерівних умовах з аналогічними виробниками Польщі, Німеччини, Італії та інших країн ЄС. Більше того, за діючими умовами СОТ, від 2022 року на імпорту молочних продуктів із ЄС до України встановлюють нульові митні ставки, одночасно для експорту української продукції діють жорсткі дискримінаційні обмеження.

Підводячи підсумок вищесказаному слід відзначити, що молочна галузь зараз, як ніколи, потребує не лише фінансової, а й політичної та економічної підтримки держави. Якщо не застосувати засобів захисту і створення конкурентних умов для молочного сектору, вітчизняні виробники якісних молока та молочних продуктів повністю втратять свої позиції на ринку. А разом з ними зазнає втрат й економіка, адже сектор тваринництва генерує найбільшу кількість податків та робочих місць серед інших аграрних галузей економіки. В українських виробників залишається змога гідно позиціонувати себе на світовому ринку. Головне дотримуватися вимог, які встановлює світ.

Список використаних джерел

1. Бутенко М. І. Моніторинг розвитку ринку молока та молочних продуктів України. К. 2010. 100 с.
2. Гамма Т. М. Вплив зовнішнього оточення на конкурентоспроможність молокопереробних підприємств Одеської області // Економічний форум, 2012. № 1. С. 218–222.
3. Тивончук С. В., Тивончук Я. О. Світовий ринок молока і молочних продуктів: особливості формування та тенденції розвитку // Вісник аграрної науки Причорномор'я, 2014. Вип. 2. С. 57–64. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vanp_2014_2_9 (дата звернення: 12.03.2021).
4. Чан-хі О. С. Державне регулювання ринку молока та молокопродуктів в зарубіжних країнах: досвід для України // Міжнародний науковий журнал Науковий огляд, 2014. Том 4, №3. Режим доступу: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/192/298> (дата звернення: 12.03.2021).
5. Керанчук Т. Л. Сучасні проблеми розвитку молочного бізнесу в Україні // Глобальні та національні проблеми економіки, 2015. Вип. 4. С. 408–413.
6. Тарасова Ю. А. Стан та перспективи розвитку молочної галузі України // Вісник соціально-економічних досліджень, 2017. № 1 (62). С. 149–156.
7. Молоко // Agravery. Режим доступу: <https://agravery.com/uk/posts/section/show/milk> (дата звернення: 12.03.2021).
8. Лавренюк Г. В Україні починається нова ера молочного бізнесу // AgroPortal. Режим доступу: <https://agroportal.ua/ua/views/mnenie-eksperta/v-ukraine-nachinaetsya-novaya-era-molochno-go-biznesa/> (дата звернення: 12.03.2021).
9. Бурка А., Гонтар В., Кищук О., Костомаха В. Практичний довідник

експортера молочної продукції. Режим доступу: [https://regionet.org.ua/files/Dairy20directory 0for20exporter1.pdf](https://regionet.org.ua/files/Dairy20directory%20for%20exporter1.pdf) (дата звернення: 10.03.2021).

10. Підсумки роботи молочної галузі України: промислове виробництво нарощує об'єми // Новини АВМ / Асоціація виробників молока. Режим доступу: <http://avm-ua.org/uk/post/pidsumki-roboti-molocnoi-galuzi-ukraini-promislove-virobnictvo-narosue-obemi> (дата звернення: 15.04.2021).

11. Власенко І. В. Стан світового ринку молока і молочної продукції та особливості його формування в Україні // Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Серія: Економічні науки, 2012. № 1(56). Т. 4. С. 162–169.

12. Шубравська О. В., Соколовська Т. В. Розвиток ринку молока і молочної продукції: світові тенденції і вітчизняні перспективи // Економіка та прогнозування, 2008. С. 80–93. Режим доступу: http://eip.org.ua/docs/EP_08_2_80_uk.pdf (дата звернення: 10.03.2021).

13. Українські молочники виходять на японський ринок – ринок, куди потрапляють тільки найкращі (відео) // Новини АВМ / Асоціація виробників молока. Режим доступу: <http://avm-ua.org/uk/post/ukrainski-molocniki-vihodat-na-aronskij-rinok-rinok-kudi-potraplaut-tilki-najkrasi-video> (дата звернення: 30.03.2021).

14. Українське молоко зможуть експортувати до Аргентини // Новини / Економічна правда. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2021/04/15/673031/> (дата звернення: 16.04.2021).

УДК 630:339

ТЕНДЕНЦІЇ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РИНКУ ЛІСОМАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ

Омельченко¹ Н. В., к.т.н., професор, Браїлко² А. С., к.т.н.,

Сознашвілі³ М. А., здобувач вищої освіти

1-3 Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», м. Старобільськ,

1,2 Науково-дослідний центр «Незалежна експертиза», м. Полтава

Деревина була і залишається одним із найкращих будівельних матеріалів. Активне застосування її як будівельного матеріалу напряму пов'язане із впровадженням у будівництво нової сучасної продукції на її основі. Рано чи пізно будівництво із переважним застосуванням деревини розгорнеться і в нашій країні, як це зараз відбувається в усьому світі, і лише від нас залежить, наскільки ми будемо готові до цього [1]. Для реалізації означеного амбітного завдання необхідна розбудова цього сектору економіки.

За площею лісів та запасами деревини Україна є державою з дефіцитом лісових ресурсів. Щоб досягнути оптимального показника лісистості в 20% потрібно створити ще понад 2 млн га нових лісів. Частка лісового господарства у структурі ВВП України є незначною, та коливається в межах 0,26% до 0,37%.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

II МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ

**МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ, ПІДПРИЄМНИЦТВО І
ТОРГІВЛЯ: СУЧАСНИЙ СТАН, НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ**

Тези доповідей