

2. Мотивація персоналу: навчальні матеріали онлайн. URL: https://pidru4niki.com/74365/ekonomika/motivatsiya_personalu

3. Процес мотивації та його складові: навчальні матеріали онлайн. URL: <https://buklib.net/books/27523/>

Щоголева І. Ю., здобувачка вищої освіти 4 курсу, група Мен-171

Науковий керівник – **Повна С. В.**, д.е.н., доцент, к.е.н

Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)

ФАКТОРИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ НАПОЇВ (ЧАЮ ТА КАВИ)

Протягом останніх років спостерігається стрімкий розвиток ринку кави та чаю в Україні. Основними факторами розвитку є динамічне поширення кавової галузі HoReCa, яка створила попит на категорію fresh coffee; також позитивно на розвиток ринку кави та чаю вплинуло укладення договорів про вільні поставки з провідними країнами-виробниками - В'єтнамом і Бразилією, а також вступ в дію угоди про асоціацію з ЄС щодо стандартизації товарів і послуг.

Слід також відмітити поступову зміну культури вживання кави та чаю: все частіше українці віддають перевагу каві або чаю в кафе або ресторані чи на виніс замість споживання зазначених напоїв вдома або в офісі. В домі та офісах все частіше використовують напівпрофесійні або професійні кавоварки, які дозволяють робити напій, який можна порівняти за якістю з кавою, приготованою в ресторані або кафе [1, с.26].

Слід зазначити, що чай залишається досить популярним напоєм серед українських споживачів, хоч в нашій країні і не виробилося культове ставлення до цього напою, яке існує в Китаї, Японії або навіть в Англії. Все ж чашка гарячого чаю входить в щоденний раціон великої кількості українців, особливо в холодну пору року. В той же час, у середнього українського споживача немає сильної прихильності саме до чаю, тому він легко знаходить йому альтернативу - кава, какао, напої з трав, ягідні або фруктові чаї, що обумовлює зменшення попиту на класичний чай [2].

Про розвиток ринку кави та чаю свідчать показники обсягів реалізації зазначених напоїв (рис.1).

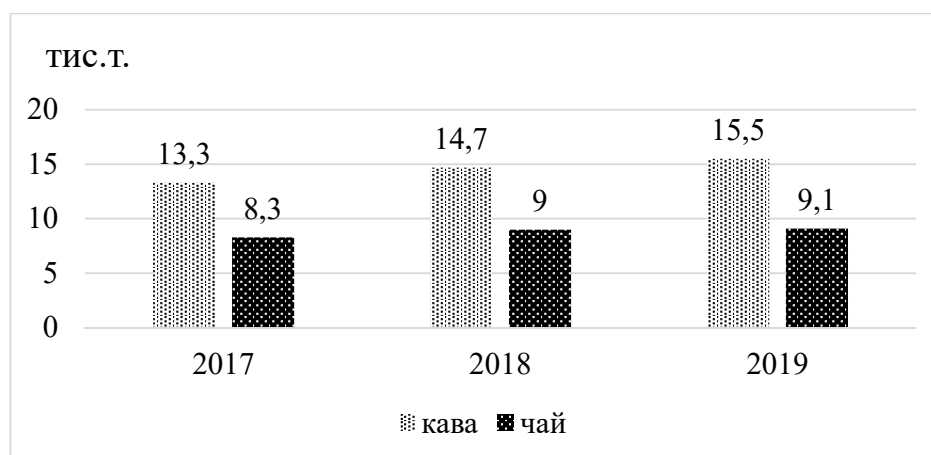


Рисунок 1 – Обсяги реалізації кави та чаю в Україні [3]

Протягом 2017-2019 рр. ми можемо спостерігати стрімке збільшення обсягів реалізації кави, яке становило майже 17%. Обсяги реалізації чаю також мають тенденцію до зростання, але за останні три роки темпи приросту склали 9,6%.

Експерти «Mordor Intelligence» зазначають, що найбільше кави споживають люди віком від 19 до 34 років, що обумовлено позиціонуванням кави на ринку не просто як гастрономічного продукту, а як стилю життя, невід'ємної частини образу молодої та успішної людини. Культура кави стає символом моди і керує споживанням. Зростанню світового ринку кави сприяють і такі фактори, як розширення асортименту кавових напоїв, збільшення способів приготування кави, наявність широкого вибору сортів і видів даного напою, збільшення кількості магазинів роздрібною торгівлі, кафе та кав'ярень, що спрощує доступ споживачів до кавової продукції [4, с.26].

Ринок кави в Україні, незважаючи на досить значну конкуренцію, зберігає можливості для свого розвитку. Це стосується як збільшення обсягів виробництва кави, так і розширення мережі кав'ярень. Важливою причиною того, що ринок кави зберігає стійкість і можливості для нарощування свого потенціалу, є необхідність задоволення різноманітних потреб споживачів цього напою.

Україна імпортує зелені зерна кави, а потім вже вітчизняні виробники відповідно до певної технологією обсмажують каву і роблять інші необхідні дії, створюючи готовий до вживання продукт. Аналіз ринку кави показує, що розвитку ринку і збільшенню обсягів споживання значною мірою сприяє те, що в Україні діє нульове мито на імпорт зелених зерен кави. Займатися доведенням кавових зерен до необхідних кондицій на вітчизняному ринку стає цікавим для багатьох компаній, адже вартість смаженого зерна кави в два рази більша вартості зеленого необробленого зерна [5].

За результатами аналізу ринку чаю в Україні можна поради його гравцям звернути увагу на фактори, що впливають на вибір того чи іншого бренду покупцями.

Основними з них є:

- смакові властивості;
- якість продукції;
- ціна;
- країна-виробник;
- популярність торгової марки;
- упаковка;
- реклама [2].

Висновки. Таким чином, проведений аналіз дозволяє зробити висновок про розвиток ринку кави та чаю в Україні, що обумовлено розвитком ресторанного господарства, розвитком культури споживання кави та чаю, тенденціями моди та розвитком міжнародної торгівлі.

Список використаних джерел

1. Карнаушенко А.С. Кавовий бізнес як один із перспективних напрямів підприємництва в Україні. Здобутки та досягнення прикладних та фундаментальних наук XXI століття. Том 1. 2020. С. 26-28.
2. Ринок чаю в Україні: звичний заморський гість. 2020. URL.: <https://proconsulting.ua/ua/pressroom/rynok-chaya-v-ukraine-privychnyj-zamorskij-gost>
3. Державна служба статистики України. URL.: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Зибарева О. В., Воронюк Т. А. Ринок кави в Україні: поточний стан та перспективи розвитку. Економічний форум. 2018. № 1. С. 25-30.

Луньков И. А., студент группы 2073-П

Научный руководитель – **Луговик Т. В.**, к.и.н.

*Гомельский филиал Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО» (г. Гомель, Республика Беларусь)*

ИНСТИТУТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Большинство исследователей по традиции связывают становление института государственной службы с появлением государства. Наличие хорошей администрации всегда рассматривалось в качестве одного из главных проявлений государственной мудрости, а потребность в управлении государственно-организованным сообществом потребовала формирования особого слоя людей для реализации этой функции. Однако существовавшая длительное время неразделенность частной и публичной сфер государственной деятельности серьезно сказывалась на механизмах ее регулирования. Все зависело от различий между суверенами власти – государем в монархическом и народом в демократическом государстве. Соответственно интерпретировался смысл государственной службы: государева служба, или служба государству, закону и обществу. «Сановники» в древнем Китае, «государственные мужи» в античной Греции, «приказные люди» и «служилое сословие» в России — это предшественники государственной бюрократии.

Становление государственной службы как особого правового и социального института в нашей стране ведет свою историю с принятого в 2003 г. Закона «О государственной службе в Республике Беларусь». До этого времени реализацией функций государственного управления занимались служащие государственного аппарата, деятельность которых регулировалась в основном нормами трудового и административного права. За этот период произошли важные изменения в составе государственных служащих.

На ноябрь 2011 г. общая численность работников, занятых в органах государственной власти и управления, составляет 79 332 чел., в том числе 59 142 государственных служащих, из них в органах государственного управления занято 56 232 служащих. По состоянию на ноябрь 2019 года наблюдаем сокращение количества государственных служащих к показателю 36 844 человека. Состав государственной службы в основном стабилизировался, хотя наблюдается определенное увеличение его численности в местных исполнительных и распорядительных органах. Средняя укомплектованность служащими органов государственного управления составляет 97,8% (высшее образование из них имеют 97,9%). Большинство работают в местных Советах, исполнительных и распорядительных органах, министерствах и государственных комитетах (в общей сумме почти 60% от общего количества). Руководители организаций и их заместители составляют 16,2% (в 2011 году - 12,2%) от общей численности служащих (среди них имеют высшее образование 96,8 %; в 2011 году - 91,9%). Интересно, что в 2011 году более высокий уровень образования прослеживался в руководителей управлений, отделов и секторов (98,7%). В 2019 году данный показатель сместился в сторону помощников руководителей организаций, советников, консультантов (99,9% имеют высшее образование). В 2019 году возраст старше