

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

**ЗБІРНИК
НАУКОВИХ ПРАЦЬ**
*МОЛОДИХ УЧЕНИХ,
АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ*



ОДЕСА
2018

ББК 36.81 + 36.82
УДК 663 / 664

Головний редактор, д-р техн. наук, проф.
Заступник головного редактора, канд. техн. наук, доцент.
Відповідальний редактор, д-р техн. наук, проф.

Б.В. Єгоров
Н.М. Поварова
Г.М. Станкевич

Редакційна колегія
доктори наук, професори:

Р.В. Амбарцумянц, А.Т. Безусов, С.В. Бельтюкова,
О.Г. Бурдо, Л.Г. Віннікова, О.І. Гапонюк,
К.Г. Іоргачова, Л.В. Капрельянц, Б.В. Косой,
С.В. Котлик, Г.В. Крусір, М.Р. Мардар, В.І. Мілованов,
В.В. Немченко, Л.А. Осипова, О.І. Павлов,
В.М. Плотніков, І.І. Савенко, О.Є. Сергєєва,
Л.М. Тележенко, О.С. Тітлов, Н.А. Ткаченко,
О.Б. Ткаченко, Г.М. Хмельнюк, В.А. Хобін. Н.К. Черно,
О.О. Коваленко, Д.О. Жигунов

доктори наук:

Одеська національна академія харчових технологій
Збірник наукових праць молодих учених, аспірантів та студентів
Міністерство освіти і науки України. – Одеса: 2018. – 240 с.

Збірник опубліковано за рішенням вченої ради від 03.07.2018 р., протокол № 15
За достовірність інформації відповідає автор публікації

РОЗДІЛ 8

**ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-
ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ
ХАРЧОВОЇ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Окрім цього конкурентоспроможність підприємств залежить від виконання наступних умов, а саме:

1. Правильного розуміння переваг зарубіжних споживачів;
2. Знання рівня конкурентоспроможності в галузі;
3. Облік особливостей каналів розподілу;
4. Гнучка система управління якістю на підприємстві;
5. Наявність кваліфікованих трудових ресурсів, відповідних міжнародному ринку праці.

На мою думку на розвиток міжнародної конкурентоспроможності найбільш вплинуло та продовжує впливати розвиток інформаційної галузі. Наявність всесвітньої інформаційної мережі значно розширює можливості підприємства та сприяє його виходу на міжнародний ринок, а також сприяє зменшенню витрат підприємств та підвищенню швидкості передачі інформації, яка є найважливішим виробничим ресурсом.

Науковий керівник – ст. викл. Левчук Ю.С.

Література

1. Економічний дискусійний клуб (edclub.com.ua)
2. Рибницький Д. О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства / Д.О. Рибницький, Т.А. Городня // Науковий вісник НЛТУ України. – Вип. 20.9 – 2010.
3. Куманецький С. А. Основні методи оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах виходу на зовнішні ринки / С. А. Куманецький // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – № 4(8). – 2009.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НОВИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Струц Є.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту МміІ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Цукерка — кондитерський виріб, виготовлений переважно із цукру або шоколаду. Це – один із основних і найпопулярніших кондитерських виробів. Але саме цукерки мають такий поширений стереотип-характеристику – вони шкідливі: викликають ожиріння, псують зуби або несуть в собі зайві барвники, смакові добавки, що шкідливо впливають на здоров'я.

Саме з цього приводу з'явилася ідея – «А що, якби цукерки стали корисними?». Давно існують різні лікувальні цукерки, але їх смак специфічний для насолоди. Так, для діабетиків, або для тих, хто бореться з ожирінням, існують кондитерські вироби виготовлені на сорбіті. А що пропонувати споживачам, які дотримуються здорового способу життя, дітям і підліткам?

Ідея виробництва корисних цукерок змусила нас провести дослідження ринку кондитерських виробів, виявити його поточний стан, а на основі анкетування скласти уявлення про перспективи розвитку цієї галузі.

Проведене маркетингове дослідження показало, що ринок кондитерських виробів має стійку тенденцію до зниження. На даний момент, не дивлячись на великий вибір кондитерських виробів, обсяги продажів кондитерської продукції постійно падають (див. рис.1).

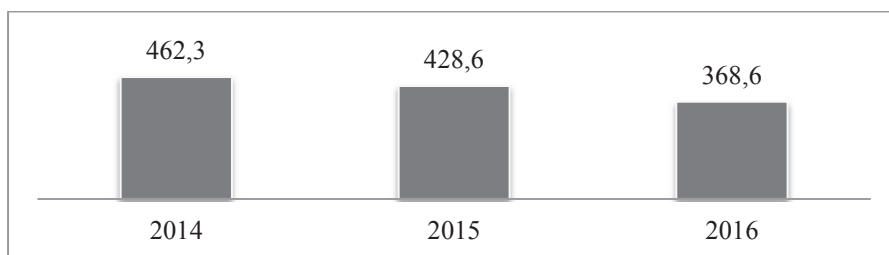


Рис. 1 – Виробництво кондитерських виробів в Україні у 2014р.– 2016 рр. в натуральному виразі, тис.т

Як видно з рис. 1, у 2014 році обсяг виробництва кондитерських виробів зменшився на 8,7%. У 2015 році на 7,3%, хоча компанії не втрачали прибуток за рахунок підвищення цін. Так шоколадні вироби подорожчали на третину. Падіння споживання кондитерської продукції продовжилося і в 2016 році (13,9%).

Виробництвом натуральних солодоців займаються маленькі домашні підприємства, яких в Україні не більше десяти. Для українського ринку корисні солодоці - нова галузь і тому малий бізнес тільки почав розвиватися. Попит на натуральну продукцію невеликий через високу ціну. Такі кондитерські вироби мають деякі складності. Справа в тому, що собівартість такої продукції вище, і відповідно її вартість буде дорожче. В Україні є потреба в такій продукції, але поки вона виготовляється в малих обсягах, споживачі змушені купувати імпорту.

На внутрішньому ринку існують свої переваги і варіанти розвитку. Завдяки новій тенденції здорового способу життя, перспектива ринку натуральних солодоців стрімко розвивається. Також цьому сприяє велика врожайність фруктів і ягід в країні.

При огляді гравців ринку кондитерських виробів, можна визначити, що дві третини всього ринку і три чверті експорту контролюють «Roshen», «АВК», «Конті», «Світоч» (Nestle), "Монделіс Україна», «Бісквіт-Шоколад». Лідери українського ринку постійно потрапляють в «Топ 100 Candy Companies». Головний критерій відбору для рейтингу - річні виручки з продажів.

В Одесі є відома своєю історією кондитерська фабрика «Одеса Люкс». Колись це було одне з передових кондитерських підприємств в колишньому союзі, чого не можна сказати зараз про це підприємство. Крім того що асортимент застарілий і «всім вже набрид», головний показник конкурентоспроможності такий, як якість - це хворе місце ЗАТ«ОдесаЛюкс». Застарілі технології, рецептура і навіть оформлення виробів - все стало в рази гірше.

Таке становище не може влаштовувати одеситів, які пишаються своїм містом. Тому проведене дослідження було спрямоване на вирішення проблеми як можна реанімувати потенціал даної кондитерської фабрики. Для цього спочатку була сформульована проблема-симптом – «зниження обсягів продажів», а далі виявлені проблеми-причини, які до цього призвели:

1. сильна конкуренція;
2. зниження якості продукції;
3. практично відсутня маркетингова діяльність даного підприємства;
4. зниження платоспроможності населення;
5. збільшення ролі здорового харчування серед населення;
6. відсутність корисних кондитерських виробів.

Саме на проблемі відсутності або незначної кількості корисних кондитерських виробів – ми зосередили свою увагу. Це абсолютна нова лінійка продукції, яка необхідна для потенційних клієнтів. В цьому ми переконалися по результатам опитування споживачів.

Впровадженню анкетуванню було визначено, що основним споживачем цукерок є жінки. Натуральну продукцію складно віднести до дешевої, її купують більш заможні люди, які стежать за своїм харчуванням. Споживач при виборі керується різними мотивами. Такими мотивами можуть виступати як власне споживання, так і всієї родини.

Анкетування було спрямовано на визначення позитивного відношення споживачів до корисної продукції з натуральним складом, яка набуває популярність серед споживачів. 94% опитаних готові купувати корисні кондитерські вироби. А на запит «Що б Ви хотіли бачити в корисних цукерках» – споживач готовий їх придбати з натуральними інгредієнтами (39%) та приємним смаком (26%). Тобто половина опитуваних готова купувати якісну та корисну продукцію.

Натуральні солодощі не входять до списку обов'язкових продуктів харчування, які повинні бути в нашому раціоні. Їх часто купують замість швидкого перекусу, або для того, щоб порадувати себе чимось солоденьким.

На мою думку перспективним напрямком створення корисних продуктів є спільне використання в них про- і пребіотиків. У такому комплексі, названому вченими синбіотики, про-і пребіотики проявляють взаємно-підсилюючий вплив на фізіологічні функції і процеси обміну речовин в організмі. Пребіотик – функціональний харчовий інгредієнт у вигляді речовини, або комплексу речовин, при систематичному вживанні людиною в їжу у складі харчових продуктів, який забезпечує сприятливу дію на організм людини в результаті виборчої стимуляції росту і / або підвищення біологічної активності нормальної мікрофлори кишечника. Також потрібно використовувати більше фруктів та ягід для різноманіття корисних кондитерських виробів. За корисними солодощами – майбутнє!

Науковий керівник – ст. викл. Голодонюк О.М.

Література

1. Журнал «Хлібний і кондитерський бізнес» №6. - 2017. - 8 -12 с.
2. Г.В.Коркач. Розробка технології помадних цукерок [Текст]: автореф. УДК. - 2016.

КОНТРАБАНДА ТВАРИН В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Фасоля А.С., студ. СВО «Магістр» ф-ту ТтаТХПіПБ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Собака або кішка? Це занадто банально. Хочу пітона, рідкісну черепаху або дивовижного птаха.

Свою злочинну роботу контрабандисти здійснюють із нелюдською жорстокістю. Зупинити цей нелегальний бізнес дуже складно, адже за прибутковістю він займає друге місце після торгівлі наркотиками.

Найчастіше, об'єктами контрабанди в Україну з Південної Америки є крокодили, мавпи, тропічні рибки, корали, рідкісні змії, папуги, жаби, комахи, метелики, павуки, рідше – великі котяті. З Росії – великі сокола, ведмежа жовч, струміль кабарги, великі котяті (перш за все – тигри), кістки мамонта, чорна ікра, осетрина, шкури і роги рідкіс-

**РОЗДІЛ 8 – ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНОЇ
ПРОМИСЛОВОСТІ**

ECONOMIC AND SOCIAL FEATURES OF DEVELOPMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES	
Krasavina A.V.	177
ECONOMIC AND SOCIAL PECULIARITIES OF THE DEVELOPMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES	
Konstantynova T.	178
ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ТА МЕХАНІЗМІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	
Волинець О. О.	180
ПРОЕКТ ДОЦІЛЬНОСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ОБЛІКУ ТА ОБРОБКИ ТЕХНІЧНОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ ДИСТАНЦІЇ СИГНАЛІЗАЦІЇ ТА ЗВ'ЯЗКУ	
Приходько А.В.	181
ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ	
Осіпова А.В.	182
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ПОНЯТТЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTI	
Бамбуляк І.М.	184
ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ТА ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
Серікова К.М.	187
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НОВИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ	
Струц Є.М.	189
КОНТРАБАНДА ТВАРИН В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	
Фасоля А.С.	191
СТАН РИНКУ СПОРТИВНОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ І ЗА КОРДОНОМ	
Бузіян В.І.	193
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ І КОНТРОЛЮ РУХУ МАТЕРІАЛЬНИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Маленко В.В.	195
ПЕРСПЕКИВИ РЕБРЕНДИНГУ У ВИНОРОБНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
Ільїн О.О., Батраков О.О.	197
ХАРАКТЕР ТОРГІВЛІ АГРОПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ СНД: СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА	
Курдоглова М.П.	199

Наукове видання

**Збірник наукових праць
молодих учених, аспірантів
та студентів**

Том 1

Головний редактор, д-р техн. наук, проф. Б.В. Єгоров
Заст. головного редактора, канд. техн. наук, доц. Н.М. Поварова
Відповідальний редактор, д-р техн. наук, проф. Г.М. Станкевич
Технічні редактори А.В. Коваль, Т.Л. Дьяченко

Ум. друк. арк. 27,9.