

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

© Одеська національна академія харчових технологій, 2018

РОЗДІЛ 6

**СОЦІАЛЬНІ ТА ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ
СУЧАСНОЇ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ**

63,5%. Однак отриманий ефект зволоження не довготривалий – вже через одну годину після нанесення емульсійного крему на шар гіалуронового гелю показники вологості шкіри починають знижуватися. Слід зазначити, що використання гіалуронової кислоти у концентрації більше 1% викликає подразнення шкіри.

Подальші дослідження будуть зосереджені на визначенні умов введення гіалуронової кислоти до складу емульсійного крему.

Наукові керівники – к.т.н., ст. викл. Куник О.М., д.т.н., проф. Сарібекова Д.Г.

ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОГО РИНКУ КОСМЕТИЧНИХ ПРОДУКТІВ

Устенко А.Є., студ. СВО «Магістр» ф-ту МмІЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Сьогодні косметичний догляд є не предметом розкоші, а повсякденною необхідністю для цивілізованого життя, тому що людині будь-якого віку властиве бажання бути охайною і гарно виглядати. Кожен щоденно користується тими чи іншими косметичними засобами, що виконують гігієнічні, профілактичні та естетичні функції. Розрізняють косметику за призначенням, функціональною дією, природою дисперсної системи, формою випуску, типом споживачів [1].

Косметична продукція користується сталим споживчим попитом. Прогнозуються обсяги глобального ринку косметики до 2020 року на рівні 675 млрд. дол. при збереженні темпів зростання в 6,4% на рік [1]. Особливою увагою споживачів користуються косметичні засоби лікувально-профілактичної дії, які зазвичай об'єднують властивості як суто косметичного засобу, так і засобу, що може активно впливати на фізіологічний стан шкіри та її придатків, а також на весь організм людини. Зважаючи на світові тенденції, сектор промислового виробництва косметичних засобів, переважно лікувально-профілактичної направленості дії, є одним із пріоритетних напрямків розвитку вітчизняної економіки.

Проаналізуємо світовий ринок. Збільшившись на +4,0% (рис. 1), світовий ринок косметичних продуктів став сильнішим у 2016 році. Глобально оцінений у 203 мільярди євро, він стабільно розширюється, керуючись демографічними трендами на Нових Ринках, новими потребами, пов'язаними з урбанізацією, новими бажаннями споживачів, що спонукаються соціальними мережами. На ринку, де ціни диктуються пропозицією, що стимулюється інноваціями, L'Oréal залишає за собою лідерство (рис. 2) [2].

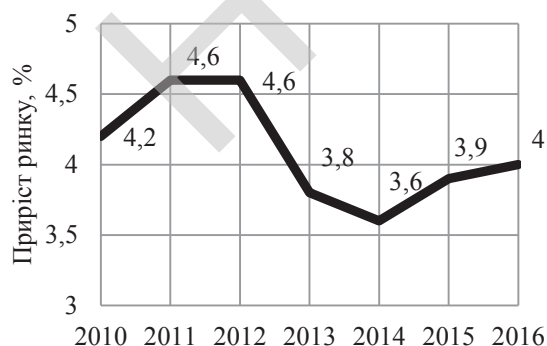


Рис. 1 - Приріст світового ринку косметичних продуктів

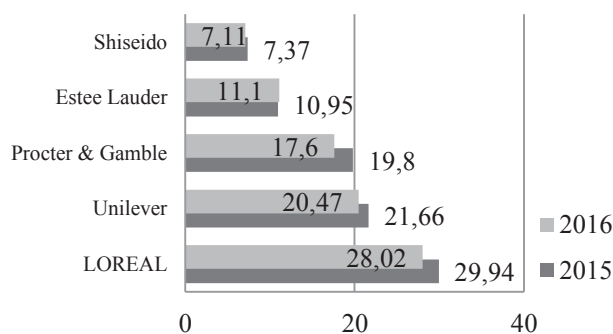


Рис. 2 - Основні світові гравці (продажі у млрд. дол.)

Протягом року, відзначеного всесвітнім сповільнення економіки та зростанням міжнародної нестабільності, особливо в деяких країнах, що розвиваються, виробники косметичних продуктів отримують прибутки завдяки своєму збалансованому впливу в різних географічних зонах (рис. 3). За категоріями товарів більшу частину займають косметичні продукти догляду за шкірою, на другому місці – товари догляду за волоссям, третю позицію займає мейкап (рис. 4) [2]. Останніми роками частка косметичних засобів вітчизняного виробництва та місцевих брендів збільшилася до рекордних 40-45% у 2016 році [2]. І хоча ця цифра включає велике масове виробництво (наприклад, перенесення своїх потужностей в Україну транснаціональною компанією Unilever), внесок підприємців у розвиток цього ринку теж достатньо вагомий.

За споживанням косметики, Україна є третім за розміром ринком Східної Європи. Абсолютну більшість продукції, представленої на українському ринку, на сьогодні складає косметика закордонного виробництва – близько 92% від загального обсягу косметичних товарів і представлена майже всіма відомими світовими брендами: Avon, Beiersdorf, Chanel, Colgate-Palmolive, EsteeLauder, Henkel-Schwarzkopf, Johnson&Johnson, L'Oreal, MaryKay, Oriflame, Procter&Gamble, Unilever, YvesRocher та іншими. Недорога косметика складає понад 60 % ринку, продукція середнього цінового сегменту – близько 30 %, косметичні засоби преміум-класу – близько 10 % [2]. Косметика українського виробництва, відповідно, займає 8% ринку.

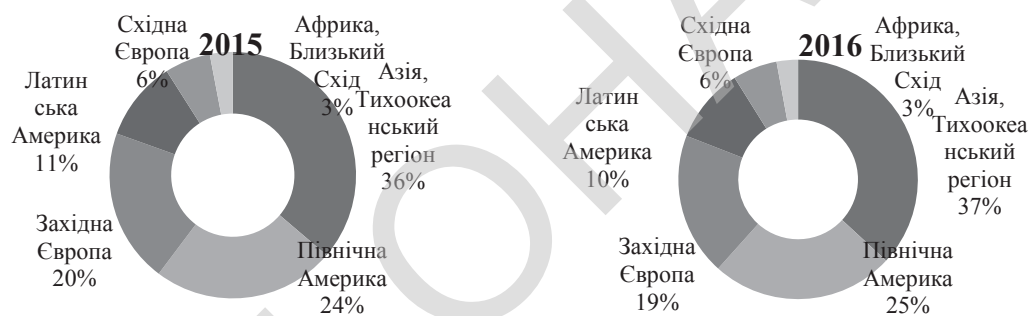


Рис. 3 – Аналіз світового ринку косметичних продуктів за географічними зонами, %

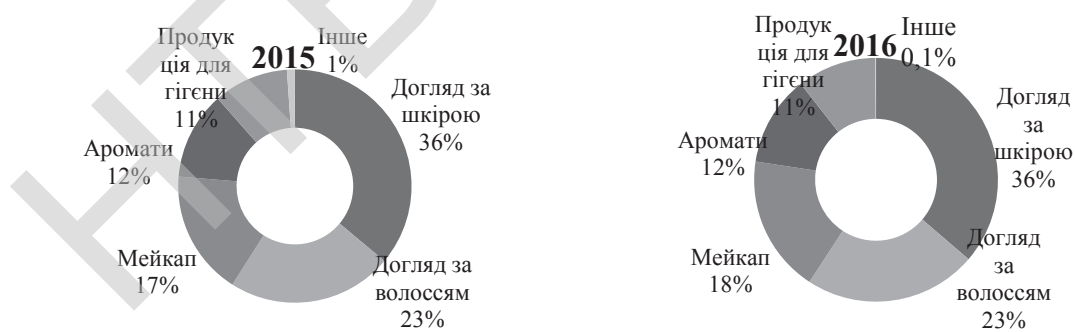


Рис. 4 – Аналіз світового ринку косметичних продуктів за категоріями товарів, %

У структурі попиту на косметичному ринку України найбільшу частку (31,8%) займає категорія косметичних засобів особистої гігієни: піномийних засобів для ванни й душі, дезодорантів, депіляторів, засобів з догляду за чоловічою та дитячою шкірою. Косметичні засоби з догляду за волоссям на вітчизняному ринку станов-

лять 19,6%; з догляду за шкірою – 18,4%. Ще 13,6% займає декоративна косметика, а парфумерія – лише 11,6 %. Сильною стороною вітчизняних косметичних продуктів є – натуральність (виробництво із натуральної екологічно чистої сировини, з додаванням різноманітних компонентів природного походження – ефірних олій, трав і ін.). За рахунок натурального складу, оригінальних рецептур та сучасних технологій виробництва, українська косметика є ефективною, у зв'язку з чим набуває все більшої популярності серед споживачів. Разом з тим, українські виробники косметики стикаються з цілим рядом проблем – від дуже дорогого «проникнення в роздрібні мережі» до відсутності державної підтримки.

Косметична галузь в Україні в цілому характеризується вираженою перспективною конкурентоспроможністю та можливістю імпортозаміщення, внаслідок чого дослідження сучасного ринку косметичних продуктів для його подальшої модернізації й реформування відповідно до вимог міжнародних стандартів і європейських директив є актуальними.

Науковий керівник – д-р техн. наук, професор Мардар М.Р.

Література

1. Байцар Р. І. Актуальні проблеми та перспективи розвитку косметичної галузі / Р. І. Байцар, Ю. М. Кордіяка // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – Автоматика, вимірювання та керування. – 2015. - № 821. - С. 44-50.
2. Оцінка L'Oréal світового ринку косметики у 2016 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.loreal-finance.com/en/annual-report-2016/cosmetics-market>

АНАЛІЗ РАЦІОНІВ ХАРЧУВАННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В УКРАЇНІ

Целуйко Я.О. студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ГРтаТБ
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Харків

Забезпечення студентської молоді повноцінним харчуванням є однією з найважливіших проблем сьогодення, оскільки впливає на формування здоров'я нації в цілому. Належне харчування забезпечує нормальний ріст організму, визначає розумовий і фізичний розвиток, оптимальне функціонування всіх органів і систем, формування імунітету тощо.

Згідно з результатами аналізу досліджень стану харчування студентів в Україні режим харчування більшості студентської молоді порушений, оскільки часто базується на використанні харчових концентратів сухих сніданків і обідніх страв, бутербродів, борошняних і кондитерських виробів. Встановлено, що майже 41 % студентів не снідають, 20 % не обідають, 50 % не вечеряють, понад 30 % харчуються лише двічі на добу і рідко вживають гарячі страви. Часто найбільша кількість їжі споживається перед сном [1].

Сучасний темп життя спричинив зростання популярності в студентів продуктів харчування швидкого приготування, що містять у великій кількості легкозасвоювані вуглеводи та жири, проте недостатню кількість життєво необхідних нутрієнтів, таких як білки, вітаміни, харчові волокна тощо [2].

Раціони студентів, як правило, містять недостатню кількість м'ясних, молочних і рибних продуктів, свіжих овочів і фруктів, часто в раціонах відсутні супи, що негативно впливає на стан здоров'я молоді. За статистичними показниками за останні 10 років

ECOLOGICAL CRISIS OF THE KUYALNIK AND HADZHIBEY ESTUARIES	
Artiukhova A.	117
BALANCED PUPPED OILS FOR FOOD AND COSMETIC PRODUCTS	
Lanzhenko L.O, Ivashchenko A.A, Manukyan V.O.	119
ANALYSIS OF GASTRONOMIC FESTIVALS MARKET IN ODESSA	
Sorokina A.	121
PROSECCO AND CHAMPAIGN. PRESENT SITUATION IN BRAND NAME DEFENSE ALL OVER THE WORLD.	
Fasolya A., Batrakove A.	124
ECOLOGICAL ISSUES IN BUSINESS MANAGEMENT	
Nemchenko H.	126
ВПРОВАДЖЕННЯ МОЛЕКУЛЯРНОЇ КУХНІ В ЗАКЛАДИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	
Гібкін К.Р.	127
ОСОБЛИВОСТІ ШОКОЛАДУ МОЛОЧНОГО ТА ЙОГО ХАРАКТЕРИСТИКА	
Лебедюк М.І.....	128
АНАЛІЗ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTI: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	
Васильєва Ю.В.	129
ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ	
Рудченко Ю.Л.	132
ОСНОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ	
Георгієва Т.М.	133
БІЗНЕС-ПРОЕКТ: «ГОТЕЛЬ НА КОЛЕСАХ»	
Серединська Д.С.	135
ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАМІНИ ДЕРЕВ'ЯНИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ШПАЛ НА ПЛАСТИКОВІ	
Агамалян А.А.	137
РОСЛИННІ ЕКСТРАКТИ ЯК ОБ'ЄКТИ ПРИРОДНОЇ СИРОВИННОЇ БАЗИ КОСМЕТИЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	
Гаргаун Р.В.	138
ДОСЛІДЖЕННЯ ЗВОЛОЖУЮЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ГІАЛУРОНОВОЇ КИСЛОТИ	
Попова З.М.	139
ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОГО РИНКУ КОСМЕТИЧНИХ ПРОДУКТІВ	
Устенко А.Є.	140
АНАЛІЗ РАЦІОНІВ ХАРЧУВАННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В УКРАЇНІ	
Целуйко Я.О.	142
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «ОСНОВНІ ЗАСОБИ»	
Приймак В.О.	143
ВЛИЯНИЕ ЗАГРЯЗНЕНИЯ АТМОСФЕРНОГО ВОЗДУХА НА ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА В ГОРОДЕ ОДЕССА	
Стоянова И.М.	146
ШУМОВЕ ЗАБРУДНЕННЯ МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА	
Пашняк А.В.	148

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.