

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



ТЕЗИ

**ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**6 – 7 КВІТНЯ 2021 р.
м. Одеса**

рук Nivea Живлення та краса, з оливковою олією; Крем для рук Бархатные ручки Магія Тіаре; Крем для рук Бархатные ручки живильний; Крем для рук Бархатные ручки Розкіш Макадамії; Крем-бальзам Дежурная аптека Эколла; Крем для рук Bielita мілена; Крем-елексир для рук Eveline ARGAN&ROSE Регенеруючий; Крем для рук та нігтів VIVA OLIVA з оливковою та обліпиховою олією; Крем для рук АМАЛЬГАМА ЛЮКС Гліцериновий; Крем для рук Bielita поживний; Крем для рук Green Way ФітоЛінія Зволожуючий.

Отже, з проведеного аналізу можна зробити висновок, що для поліпшення асортиментної політики даного торговельного підприємства у сегменті креми косметичні для рук важливо приділяти увагу товарам, які знаходяться в категорії СС. Необхідно переглянути можливості заміни товарів цієї групи, а також оцінити ефективність виключення найменш прибуткових товарів.

Література:

1. Красовська Т. В. Методичні засади формування механізму товарного асортименту на виробничих підприємствах // Економіка та держава. 2016. №2. С. 67-71.

2. Чміль Г.Л. Комплексна оцінка ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі / Г.Л. Чміль // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. 2018. Т. 29(68), Вип 4. С. 117-122.

КУЛЬТУРНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ ЯЄЦЬ

**Галіченко В.М., студентка СВО «Бакалавр» факультету ММіЛ
Науковий керівник — ст. викл. Брайко М.Г.**

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Вступ. Яйце – поширений харчовий продукт. Курячі яйця були цінним харчовим продуктом як в общинах мисливців, так і в більш пізніх культурах, де птахи були одомашнені. Курку, вірогідно, одомашнили з метою отримання яєць близько 7500 року до н. е. Сталося це на території Південно-Східної Азії та на індійському субконтиненті.[1] У стародавні Шумер та Єгипет кури потрапили до 1500 року до н. е., а в Грецію – приблизно у 800 році до н. е. Тут основним «постачальником» яєць був перепел. Пізніше пташині яйця з'явилися у Стародавньому Римі, і прийом їжі став починатися саме з них.[2]

На сьогоднішній день яйця є одним з основних джерел поповнення організму білками тваринного походження. Споживання яєць у розрахунку на одного українця перевищує 300 штук на рік, що навіть більше за його раціональний рівень.

Методологія. Культура – ключове поняття для розуміння поведінки споживачів. Основні компоненти культури: культурні цінності, норми поведінки, мова, міфи, ритуали, санкції. Культурні цінності зумовлюють загальні пріоритети, з якими споживач підходить до вибору товарів.

Результатами аналізу норм поведінки в споживанні продукту є визначення традицій споживання, моралі (ставлення суспільства), звичаїв

цільової аудиторії, моди (сучасних трендів), правового забезпечення. Аналіз мови споживання обумовлює визначення символів, міфів, ритуалів.

Традиції споживання. Більшість традицій, пов'язаних з яйцями, в Україні відноситься до святкування Великодня. Наприклад, фарбування яєць у червоний колір. Саме фарбування яєць пов'язане з ім'ям римського імператора Марка Аврелія. Легенда свідчить, що у його день народження одна з курей, яка належала матері імператора, знесла яйце з червоними крапками. Ця подія мала щасливе передвістя. Тож з 224 року римляни почали вітати один одного пофарбованими яйцями, християни перейняли цей звичай, однак вклали в нього інший зміст: червоний колір символізує кров Христа, тому яйце в великодні свята фарбується саме червоним кольором. Пізніше яйця почали фарбувати у різні кольори. Яйця, пофарбовані в один колір, називалися крашанками; якщо на загальному тлі були присутні плями, крапки, смужки – такі яйця називалися крапанками, а розфарбовані візерунками від руки – писанками.

Ще однією із традицій є битися яйцями на Пасху. Вона пов'язана із розп'яттям Ісуса Христа. Після того, як його тіло поклали в печеру, її закрили валуном, що, згідно з легендою, нагадував яйце за формою. Одного разу цей камінь розбився і відкрив печеру. Відтоді люди почали бити яйця як нагадування про відродження Христа.

Також на Великдень яйця освячують у церкві. Роблять це за три дні до свята, у Четвер.

Мораль. Червоне яйце, освячене в храмі, асоціюється у віруючих з принесеною Христом жертвою за людство. І хоч кроплення святою водою не робить продукти святими, а сам факт освячення – лише благословення на їх вживання у їжу, все одно священики не рекомендують викидати яйця або їх шкаралупу у смітник. Яйця із зображенням святих краще повернути у церкву або залишити у «червоному куті» вдома, шкаралупу – закопати або спалити самостійно.[3] Недоречно висміювати пасхальні звичаї або традиції. Образливі жарти типу «Не яйця прикрашають людину, а людина – яйця» православні християни вважають аморальними, так само, як і вульгарні й відверті листівки на пасхальну тематику, які люди відправляють один одному у месенджерах.

У повсякденному споживанні харчових продуктів яйце посідає особливе місце. Це надзвичайно корисний, поживний, повний вітамінів та мінералів продукт. Його споживання цінується в суспільстві і є необхідним для підтримання здоров'я, адже яйце – джерело життєво важливих елементів (вітамінів А, В, D, кальцію, заліза та інших).

Звички споживання у різних груп споживачів. Яйця використовують у якості харчового продукту. Їх варять, смажать, запікають, розпускають (під час готування яйця-пашот), консервують, додають у коктейлі, десерти, тісто (під час готування борошняних виробів) тощо. Наприклад, деякі споживачі снідають яєчною, інші звикли вживати вранці смузі з яйцем.

Люди, які займаються спортом, після тренування приймають протеїн, до складу якого входить яєчний білок – «будівельний матеріал» для м'язів.

Пам'ятаючи про цінні речовини, що містяться в яйцях, споживачі використовують їх як лікувальний засіб. Наприклад, при кашлі готують гоголь-моголь, при опіках розтирають пошкоджену ділянку тіла сумішшю із яєчного білка і рослинної олії, при неврологічному нападі розрізають яйце навпіл і прикладають до місця, яке болить. В якості косметичного засобу яйця використовують переважно жінки. Наприклад, під час приготування маски для волосся або маски для пом'якшення шкіри обличчя при обвітренні.

Мода. Рік за роком відновлюються тренди для пасхальних яєць. На зміну банальним наліпкам і звичайним барвникам приходять тимчасові тату, розмальовка яєць в чорно-білих або неонових тонах, малюнки на шкаралупі на тему кіно, декупаж з використанням тканини, серветок, фольги тощо. Модною пасхальною традицією також стають шоколадні яйця в якості смачного подарунка.

У магазинах часто можна зустріти пластикове та полістиролове пакування для яєць, котре прийшло на зміну звичайним паперовим лоткам. Однак виробники яєць відходять від тривіальної упаковки, намагаючись прикрасити її, щоб вона привернула увагу споживачів. Так, на ринку з'являються паперові фігурні коробки, солом'яні лотки, цікаві упаковки у формі яєць.

Символи. Слов'яни вважали яйце символом походження світу, відродження, життєвої сили й плодovitості. Вони вірили, що світ подібний до величезного яйця: шкаралупа – до неба, плівка – до хмар, білок – до води, жовток – до землі. Символом перетворення було «філософське яйце» у вигляді кулястої колби з довгою шийкою. Воно застосовувалося в алхімії, в процесі отримання філософського каменю, що перетворював неблагородні метали в золото і срібло, тобто в алхімічні жовток і білок.

Яйце як символ відродження й безсмертя широко застосовується у релігії. В іудаїзмі під час релігійного свята Седдер прийом їжі з яйцем символізує надію, а крашанки у християнстві – Кров і Воскресіння Христа.

Символіка яйця згадується в літературі, як-от у народній казці «Курочка Ряба», де фігурує золоте яйце, або у загадках. Наприклад, у болгарських загадках сонце є божим яйцем, а зоряне небо – решетом, повним яєць. Існує безліч прислів'їв та приказок, тема яких – яйця («Яйця курку не вчать», «Від худої курки худі яйця»).

Міфи споживання. Зі споживанням яєць пов'язано багато міфів і оман, далеких від правди. Найбільш поширений з них міф про те, що яйця підвищують рівень холестерину у крові. Насправді до складу курячого яйця входить лецитин, який нейтралізує холестерин. Досить розповсюдженим є також міф про те, що вжити яйця з двома жовтками – небезпечно. Це неправда, адже кількість жовтків не впливає на корисні властивості яйця. Популярним є й міф про те, що яйця викликають проблеми з травленням. Однак це відбудеться лише в тому разі, якщо з'їсти велику кількість сирих яєць перед сном. [4]

Ритуали. Існує думка, що яйце має чисту енергетичну структуру і здатне нейтралізувати токсичний енергетичний вплив на людину. Тож людство здавна створює магичні обряди для зняття порчі саме з використанням яєць.

Один із способів «очищення» людської енергетики – катати яйце по тілу круговими рухами, супроводжуючи це молитвою, потім розбити яйце в склянку з водою, дозволити їй відстоятися і вилити вміст склянки в землю.

Висновки. Українські споживачі додають яйця до свого раціону через їх смакові якості та корисні властивості. Варіативність застосування й безліч рецептів, до складу яких входять яйця, простота їх приготування роблять продукт привабливим. Крім того, яйця залишаються незмінним атрибутом великодніх свят, які є частиною української культури. Тому цей продукт завжди буде мати попит з боку українського споживача.

Література:

1. McGee, Harold. McGee on Food and Cooking . Hodder and Stoughton , 2004. P. 70.
2. Brothwell, Don R.; Patricia Brothwell. Food in Antiquity: A Survey of the Diet of Early. Johns Hopkins University Press, 1997. P. 54
3. Що робити зі шкаралупою від крашанок: традиції і правила. URL: <https://vn.ru/news-cto-delat-so-skorlupoy-ot-paskhalnykh-yaits-traditsii-i-pravila/>
4. Шкода і користь яєць: п'ять головних міфів, в які не варто вірити. URL: <https://360tv.ru/news/tekst/vred-i-polza-jaits-pjat-mifov/>

ДОСЛІДЖЕННЯ МАКРОСЕРЕДОВИЩА ВИННОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ МЕТОДОМ PESTEL-АНАЛІЗУ

**Костенюк А.В., студентка СВО «Бакалавр» факультету ММіЛ
Наукові керівники — к.е.н. доц. Голубьонкова О.О.,
ст. викл. Брайко М.Г.**

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Вступ. Одним з перспективних напрямків розвитку сучасного ринку туристичних послуг є винний туризм - тематичний вид туризму, який передбачає ознайомлення з виробництвом, традиціями споживання, дегустацію і придбання алкогольних напоїв безпосередньо у виробника в конкретному регіоні.

Методи. PESTEL-аналіз – це виявлення і оцінка впливу факторів макросередовища на результати діяльності проекту. Метою PESTEL-аналізу є відстеження змін макросередовища за шістьма напрямками і виявлення тенденцій, подій, невідконтрольних підприємству, але здійснюючих вплив на прийняття стратегічних рішень.

Таким чином фактори макросередовища розділяють на політичні, економічні, соціально-культурні, технологічні, екологічні та правові.

Результати. Оцінюючи аналіз, можна сказати, що вплив зовнішніх факторів має досить велике значення, для наочності представимо порівняння їх зважених оцінок (рис. 1).

17. **КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ РОЗДРІБНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА «EVA»** 31
Гладільнікова Д.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к. с.-г. н., доцент Черевата Т.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
18. **КУЛЬТУРНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ ЯЄЦЬ** 33
Галіченко В.М., студентка СВО «Бакалавр» факультету ММіЛ
Науковий керівник — ст. викл. Брайко М.Г.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
19. **ДОСЛІДЖЕННЯ МАКРОСЕРЕДОВИЩА ВИННОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ МЕТОДОМ PESTEL-АНАЛІЗУ** 36
Костенюк А.В, студентка СВО «Бакалавр» факультету ММіЛ
Наукові керівники — к.е.н. доц. Голубьонкова О.О.,
ст. викл. Брайко М.Г.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
20. **АНАЛІЗ МІКРОСЕРЕДОВИЩА ПРОЕКТУ «ДОРОГИ ВИНА ТА СМАКУ ПРИЧОРНОМОР'Я УКРАЇНИ»** 38
Мальчева А.Д., студентка СВО «Бакалавр» факультету ММіЛ
Наукові керівники — к.е.н., доц. Голубьонкова О.О.,
ст. викл. Брайко М.Г.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
21. **ІЄРАРХІЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ТОВАРУ «МОЛОКО»** 40
Войчишенко Я.В., студент СВО «Магістр» факультету ММіЛ
Науковий керівник — ст. викл. Брайко М.Г.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
22. **ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИВЕДЕННЯ НА РИНОК ЙОГУРТУ НА РОСЛИННІЙ ОСНОВІ** 44
Арікова К.Д. , студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.т.н., Памбук С.А. Брайко М.Г.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
23. **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПІДПРИЄМСТВА** 46
Безбожна К.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕбіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушевська О.О.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
24. **БІТКОІНИ - КРИПТОВАЛЮТА МАЙБУТНЬОГО** 49
Бойко Т.В., студентка СВО «Молодший спеціаліст»
ДВНЗ «Одеський коледж економіки, права та готельно-ресторанного бізнесу», м. Одеса
Науковий керівник – викладач вищої категорії Шевченко О.Ю.