

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



ТЕЗИ

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

**2 – 3 КВІТНЯ 2020 р.
м. Одеса**

АСОРТИМЕНТНИЙ АНАЛІЗ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»

Войчишенко Я.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Вступ. ТДВ «Яготинський маслозавод» входить до складу групи компаній "Молочний альянс" (місцезнаходження: 01011, м. Київ, вул. Лескова, буд. 9). Обсяг виробництва забезпечено за рахунок випуску продукції такої номенклатури: сирно-творожна; масло вершкове; молоко питне; кисло-молочна продукція в асортименті. За 2018 рік реалізовано продукції на суму 2700173 тис. грн.

На сьогоднішній день це один з найбільших національних виробників молочної продукції, на якому працюють понад 900 осіб, і випускається понад 50 видів молочної продукції під ТМ «Яготинське».

Методи. Товарна номенклатура (або товарний мікс) — це систематизований перелік товарів усіх асортиментних груп і товарних одиниць, які пропонуються виробником для реалізації (сукупність усіх товарів фірми). Основні показники номенклатури продукції: *ширина* — чисельна оцінка різноманітності продукції фірми свідчить, скільки окремих за призначенням або іншими властивостями видів продукції виготовляє підприємство (кількість асортиментних груп або товарних ліній); *насиченість* — загальна кількість товарів, що пропонуються фірмою; *глибина* — кількість пропозицій кожного з окремих видів продукції; *гармонійність* — рівень подібності товарів різних асортиментних груп за призначенням, технологією виготовлення, організацією обороту.

Під товарним асортиментом (товарною лінією) розуміють набір однойменної продукції (послуг), назви, види, сорти, розміри й артикули якої конкретизовані (product line). Основними показниками товарного асортименту є ширина, довжина, глибина.

Результати. Номенклатура ТДВ «Яготинський маслозавод»: геролакт, закваска, закваска з наповнювачем, йогурти, какао на молоці, кефір, айран, масло солодковершкове, молоко, м'які і розсільні сири, продукція «з печі», ряжанка, вершки, сметана, сир, сирки солодкі, десерти, біфілакт, каші молочні.

Аналіз показав, що ширина асортименту ТМ «Яготинське» – 16, «Яготинське для дітей» – 7, а глибина (найбільша) «Яготинське» – 51, «Яготинське для дітей» – 18, насиченість асортименту «Яготинське» – 97, «Яготинське для дітей» – 20.

Основними видами продукції ТМ «Яготинське» є: молоко питне, кисломолочна продукція та сирно-творожна продукція.

Подальший аналіз проведено для асортиментної групи «молоко питне».

За ціною основними конкурентами для ТМ «Яготинське» (27,80 грн за 900 г) є ТМ «Ферма» (27,85 грн за 900 г), ТМ «Простоквашино» (27,90 грн за 900 г) та ТМ «Селянське» (27,60 грн за 900 г).

Таблиця 1 – Аналіз асортименту молока ТМ «Яготинське»

Ширина	Довжина	Глибина
Молоко питне	1. Молоко ультрапастеризоване 3,2 % жиру	Tetra Brik Aseptic, 950 г
	2. Молоко 3,2% жиру	Pure-Pak Diamond, 1,50 кг, 900 г; ПЕТ

Ширина	Довжина	Глибина
		пляшка, 900 г; Плівка, 900 г
	3. Молоко ультрапастеризоване 2,6 % жиру	Tetra Brik Aseptic, 950 г
	4. Молоко пряжене 2,6% жиру	ПЕТ пляшка, 900 г; Плівка, 900 г
Ширина	Довжина	Глибина
Молоко питне	5. Молоко 2,6% жиру	Pure-Pak Diamond, 2 кг, 1,50 кг, 900 г; ПЕТ пляшка, 900 г; Плівка, 900 г
	6. Молоко 1,0% жиру	ПЕТ пляшка, 900 г
	7. Молоко вітамінізоване 3,2% жиру	Tetra Brik Aseptic, 1 кг, 500 г, 200 г

Таблиця 2 – Аналіз цінових сегментів молочної продукції в мережі магазинів «Таврія-В» станом на листопад 2019 року

№ з/п	ТМ	Назва	Об'єм, л	Ціна, грн	Ціновий сегмент
1	ГМЗ	Молоко ГМЗ 2,6 %	900 г	31,30	високий
2	Волошкове поле	Молоко Волошкове поле 2,6 %	900 г	29,50	високий
3	Простоквашино	Молоко Простоквашино 2,5 %	900 г	27,90	середній
4	Ферма	Молоко Ферма 2,5 %	900 г	27,85	середній
5	Яготинське	Молоко Яготинське 2,6 %	900 г	27,80	середній
6	Селянське	Молоко Селянське 2,5 %	900 г	27,60	середній
7	Слов'яночка	Молоко Слов'яночка 2,5 %	900 г	27,40	середній
8	Біла лінія	Молоко Біла лінія 2,5 %	900 г	27,30	середній
9	Славія	Молоко Славія 2,6 %	900 г	26,60	середній
10	Кілія	Молоко Кілія 2,6 %	900 г	25,40	середній

Висновки. Проаналізувавши асортимент молока основних конкурентів ТДВ «Яготинський маслозавод» можна зробити висновки, що у кожного конкурента доволі широкий вибір, але майже у всіх він однотипний. В асортименті у конкурентів немає чогось нового та особливого, що відповідало б сучасним тенденціям ринку молока.

Молоко на ринку представлено такими ціновими сегментами, як нижній (18 - 23 грн), середній (23 - 28 грн) і високий (більше 28 грн).

Науковий керівник – ст. викл. Брайко М. Г.

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ЯНТАРНИХ ВИН

Глущенко І.В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Вступ. Термін "orange wine" придумав британський імпортер Девід Харві в 2004 році. Вина виробляються з білих сортів винограду, але за рахунок особливої технології володіють яскравим оранжево-янтарним кольором. У Грузії ці вина традиційно називають янтарними (amber wine). Помаранчеві або янтарні вина стають все більш популярними в світі, в 2017 році газета The Independent назвала їх «напоєм року». У США і Європі прогресивні ресторани присвячують їм цілий розділ у винних картах [1].

42. АСОРТИМЕНТНИЙ АНАЛІЗ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ
ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»
Войчишенко Я.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – ст. викл. Брайко М. Г. 102
43. ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ЯНТАРНИХ ВИН
Глущенко І.В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – ст. викл. Брайко М. Г. 103
44. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА КОШЕРНОГО
РЕСТОРАНУ «ХЄВРОН» В М. ОДЕСА
Романова В.Г., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – ст. викл. Брайко М.Г. 106
45. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ ЖУВАЛЬНОЇ ГУМКИ
Михальчук В.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник – ст. викл. Брайко М.Г. 110
46. ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПрАТ «ЧУМАК»
Танова А.І., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник — к.с.-г.н., доц. Черевата Т.М. 113
47. ОРГАНІЗАЦІЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НАТУРАЛЬНОЇ
ПРОДУКЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА «КУПАЖЬ»
Кас'яненко Н.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник — к.с.-г.н., доц. Черевата Т.М. 115
48. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ВИВЕДЕННЯ НА РИНОК
НОВОЇ КАВ'ЯРНІ В М. ОДЕСІ
Соколенко В. П., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник — ст. викл. Голодонюк О.М. 118
49. ПОРТФЕЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНИХ ЗОН
ГОСПОДАРЮВАННЯ ПАТ ДІМ МАРОЧНИХ КОНЬЯКІВ
«ТАВРІЯ»
Дубіна І.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник — к.е.н., доц. Лозовська Г.М. 121
50. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ
ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ
Артьомова К.С., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
Науковий керівник — к.е.н., доц. Лозовська Г.М. 124
51. УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ТЕЛЕВІЗОРІВ У ПЕРІОД КРИЗИ:
ПРОГНОЗУВАННЯ ТА АНАЛІТИКИ 127