

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
77 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ВИКЛАДАЧІВ АКАДЕМІЇ**

Одеса 2017

Конкурентні переваги: розмаїття майстер-класів; зручне розташування; екологічно чисте місце з мальовничими пейзажами; корисний відпочинок для всієї родини; врахування інтересів різних поколінь.

Цільові сегменти: майстри м. Теплодар, Одещини та інших регіонів України; одесити, які цінують спільний родинний активний відпочинок; туристи, що приїждять до Одеси та віддають перевагу активному відпочинку; молодята; корпоративні клієнти, які застосовують відпочинок колективу разом з родинами.

Завдяки своєму розташуванню є можливість надати хобі на будь-який смак: татам – рибалка, ремонт будинку, проектування та збирання меблів тощо; мамам – різноманітні види рукоділля, кулінарії тощо; дітям – танці, малювання, рукоділля, спортивне орієнтування; бабусям і дідусям – городництво, ландшафтний дизайн, основи комп'ютерної грамотності.

А також родинні велосипедні та піші прогулянки, змагання між родинами на кращу юшку, родинну пісню, танок тощо.

Для молодят передбачена спеціальна програма «Школа молоді родини», в рамках якої будуть проводитися різні майстер-класи по вирішенню побутових проблем (від сантехніки до організації романтичної вечери) і психологічному здоров'ю нової сім'ї.

У сучасних фірмах діє практика відпочинку колективу разом з родинами. Відвідання «Поселення майстрів» може бути організовано відповідно до запиту певної фірми за спеціальною програмою майстер-класів.

Одесити – народ діловий, далеко не кожній родині вдається відпочити разом влітку. Родинний відпочинок у такому поселенні дозволяє поєднувати активний відпочинок з дітьми і роботу в Одесі. Протягом дня діти будуть під наглядом та проводити час з користю.

Вироби ручної роботи коштують недешево, бо потребують багато часу, коштовних матеріалів. Одним з методів підвищення доходу є продаж своєї експертності шляхом проведення майстер-класів. Кожному майстру окремо неможливо забезпечити постійний потік покупців. Проект «Теплодар – місто майстрів» передбачає створення бази майстрів, запис відео-анонсів майстер-класів, публікацію статей, сюжети на місцевому телебаченні, просування у соціальних мережах, участь у фестивалях та профільних заходах Києва, Одеси, Харкова, Львова.

Даним проектом передбачається створення нового напрямку туризму – родинного хобі-туризму у вигляді літнього «Поселення майстрів», що призведе до зростання доходів місцевих підприємців (реалізація товарів та послуг туристам), забезпечить дохід майстрам своєї справи (дохід від реалізації своїх робіт та експертності), а також дозволить підвищити інвестиційну привабливість міста в цілому.

Література

1. Ким Ч., Моборн Р. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков. – М.: Манн, Иванов, Фербер, – 2015. – 240 с.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ

**Лозовська Г.М., канд. екон. наук, ст. викладач
Одеська національна академія харчових технологій**

Сучасний стан рекламного ринку вимагає від підприємств пошуків все нових шляхів підвищення ефективності реклами, оскільки традиційні медіаносії поступово втрачають свій вплив на потенційного споживача.

Аналіз ефективності реклами зводиться до вирішення декількох завдань:

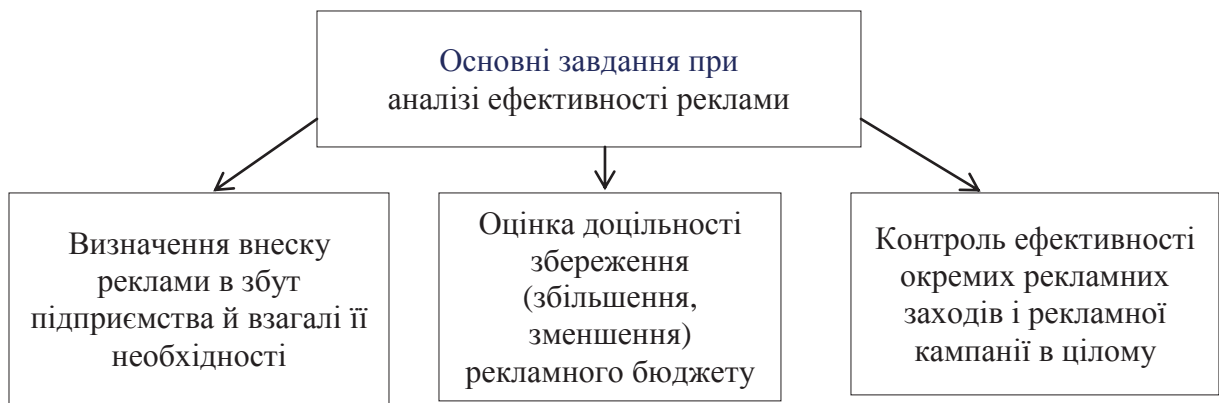


Рис. – Основні завдання при аналізі ефективності реклами

Розрізняють два принципово різні види ефективності рекламної кампанії [1]:

1. Ефективність психологічного впливу – комунікативна ефективність – це ступінь впливу реклами на людину, тобто оцінка залучення уваги споживача, «запам'ятовуваність» реклами, вплив реклами на мотив покупки й т.п.

2. Економічна ефективність – економічний результат, отриманий в результаті застосування рекламного засобу або проведення рекламної кампанії.

До основних шляхів підвищення ефективності рекламної кампанії відносять [2]:

1. *Бенчмаркинг* – виявити ступінь знання й стереотипи споживачів щодо компанії і її товарів (послуг), тобто поточний стан справ. Уся подальша реклама повинна будуватися на підтримці або подоланні цих стереотипів.

2. *Грамотна розробка рекламної кампанії* – від цільової аудиторії, цілей реклами до креатива.

3. *Претест* – попередній прогноз ефективності впливу створеного варіанта рекламного оголошення.

4. *Виміри ефективності окремих рекламоносіїв*. Опитування клієнтів про джерело інформації про компанію й складання звіту.

5. *Оцінка критеріїв економічної ефективності реклами*: кількість нових покупців; утримання старих покупців; коефіцієнт переходу від відвідувачів до покупців; середня сума покупок;

6. *Оцінка чисельності рекламної аудиторії й витрати на рекламу*. Для кількісної оцінки ефективності рекомендуються методи СРМ (витрати на тисячу) і СРК (витрати на рейтинговий пункт).

7. *Фінансова ефективність реклами* (формула розрахунків ефективності реклами) [3]:

$$\mathcal{E} = (T \cdot H) / 100 - (P_p + P_{\text{додт}}),$$

де T – додатковий товарообіг під впливом реклами, грн;

H – торговельна надбавка на товар, у % до ціни реалізації;

P_p – витрати на рекламу, грн;

$P_{\text{додт}}$ – додаткові витрати пов'язані з приростом товарообігу, грн.

1. Дослідження ефективності реклами «слідами» рекламної кампанії, серед тієї ж самої аудиторії, яка брала участь у бенчмаркинговому дослідженні.

2. Пост-тест – аналіз ефективності рекламного повідомлення, призначений для дослідження того, чи досягла реклама поставленої мети і які висновки можна зробити із проведеної рекламної кампанії.

Використання даних методів дозволить не тільки значно підвищити ефективність рекламної кампанії і лояльність споживачів, але й в подальшому дозволить значно скоротити рекламні витрати.

Література

1. Назайкин А.Н. Как оценить эффективность рекламы издательство [Текст]: практическое пособие / А.Н. Назайкин. – Солон-Пресс, – 2014. – 304 с.
2. 12 шаг. Эффективность рекламы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.eso-online.ru/12_shagov_razrabotki_reklamnoj_kampanii/12_shag_effektivnost_reklamy/.
3. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент [Текст]: навч. посібник / Т.І. Лук'янець. – [2-ге вид., доп.]. – К.: КНЕУ, – 2003. – 440 с.

СЕКЦІЯ «СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ НАУКИ, ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ТА СПОРТ»

СВІТОГЛЯДНО-МЕТОДОЛОГІЧНА СПЕЦИФІКА ПОСТНЕКЛАСИЧНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ЗНАННЯ

**Лар'яновський І.С., ст. викладач
Одеська національна академія харчових технологій**

Постнекласичне науково-технічне знання то є принципово новий об'єкт філософсько-методологічних досліджень. Це є знання про механізми розвитку надскладних за структурою та функціональністю науково-технічних комплексів, яким приманна надвелика інноваційна потужність. Саме тут сучасні технології досягають найінтенсивнішого інтегративно-конвергентного розвитку, притягуючи до своєї орбіти не тільки природознавчі науки, але й науки соціально-гуманітарні.

Світоглядно-методологічну специфіку постнекласичного науково-технічного знання доцільно визначити у порівнянні з класичним та некласичним науково-технічним знанням.

Класичне науково-технічне знання то є знання про фізичну основу та механізми функціонування тих або інших технічних артефактів та їхніх агрегатів. Класичне науково-технічне знання конститується у пізнавальній ситуації, в якій на коректне запитання може бути отримана лише одна та лише тільки одна відповідь, що адекватна реальності. Притім, якщо це знання й орієнтується на ті чи інші цінності, то всі вони є цінностями суто утилітарними. Тому єдиний критерій, який доцільно застосовувати щодо аналізу класичного науково-технічного знання, то є критерій ефективності. Тобто, зовнішні щодо науково-технічного знання соціокультурні цінності або взагалі не впливають на зміст та оцінювання цього знання, або цей вплив є таким, що його можна не враховувати.

Некласичне знання твориться у пізнавальній ситуації, в якій вивчаються переважно гомогенні технологічні системи, що потребують регулювання та оптимізації. Причому, ці системи припускають більше, ніж один варіант оптимізації, більше, ніж один спосіб регулювання, більше ніж один підхід до оцінювання, тобто не виключається наявність множинності релевантних відповідей щодо питання про ефективність некласичного знання та інженерно-технічної діяльності. У зв'язку з цим постає проблема оптимізації по кільком параметрам, які можуть біти різнорідними та суперечити один одному. Крім того, визначення дослідницької стратегії починає тут все більше залежати від світоглядної позиції дослідника-інженера та його пріоритетних цінностей. Тобто, на розвиток некласичного знання цінності вже помітно впливають, але цей вплив є поки що опосередкованим, бо здійснюється через суб'єкта некласичного пізнання та інженерно-технічної діяльності.

Постнекласичне науково-технічне знання то є знання про принципи, механізми та ймовірні сценарії еволюційного розгортання високотехнологічної науково-технічної діяльності, наприклад, у таких синтезуючих, комплексних формах, якими є системотехнічна та соціотехнічна діяльність. Тут можуть бути одержані не тільки більше, ніж одна відповідь на питання про ефективність знання та інженерно-технічної діяльності, не тільки більше, ніж

ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЇ ІНТЕГРАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ Коренман Є.М., Дьяченко Ю.В.....	356
СУЧАСНІ НАПРЯМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ Корсікова Н.М.....	358
ВЕРТИКАЛЬНО-ІНТЕГРОВАНА ВЗАЄМОДІЯ СУМІЖНИХ РИНКІВ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ Бондаренко С.А.....	360
ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА – ШЛЯХ ДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Дроздова В.А.....	362

СЕКЦІЯ «ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА»

ОРГАНІЗАЦІЯ ОЦІНКИ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ Ткачук Т.І., Галаєва С.....	363
ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНІВ Павленко Г.М., Бондар К.С.....	365
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ЗЕМЕЛЬНО-РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ Криницька О.О.....	365
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РІВНІВ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ Редько Р.М.....	367

СЕКЦІЯ «МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМИЦТВО І ТОРГІВЛЯ»

ПОШУКОВА ОПТИМІЗАЦІЯ, ЯК ЕЛЕМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ Кордзя Н.Р.....	370
СПРОЩЕНИЙ НАССР ДЛЯ ЗАКЛАДІВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ Мардар М.Р., Устенко І.А.....	371
МАРКЕТИНГОВИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕННЮ ПРОДАЖАМИ Брайко М.Г., Голубьонкова Е.А.....	373
ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЗЕРНОВИХ БАТОНЧИКІВ, ЩО РЕАЛІЗУЮТЬСЯ У РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ М. ОДЕСА Кордзя Н.Р., Ковалів І.О.....	375
АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ «СТРАТЕГІЇ БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ» У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ Голубьонкова О.О.....	376
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ Лозовська Г.М.....	378

СЕКЦІЯ «СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ НАУКИ, ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ТА СПОРТ»

СВІТОГЛЯДНО-МЕТОДОЛОГІЧНА СПЕЦИФІКА ПОСТНЕКЛАСИЧНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ЗНАННЯ Лар'яновський І.С.....	380
УПОРЯДКУВАННЯ ПРАВОПИСУ ТА ГРАФІКИ У СВІТЛІ РОЗВИТКУ ЕТНІЧНОЇ КУЛЬТУРИ Віват Г.І., Машарова Я.В.....	381
ДЕРЖАВОТВОРЧА ЗНАЧИНА ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ Віват Г.І., Южакова О.І.....	382
ТРАДИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ У ВИЩІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ Лупол А.В.....	384
ТРАДИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ У ВИЩІЙ МЕДИЧНІЙ ШКОЛІ Фоміна Л.В., Скорбач Т.В., Кулікова І.І.....	385
ПОЛОЖЕННЯ ДЕРЖАВИ ІЗРАЇЛЬ ЗА ЧАСІВ ЦАРЯ СОЛОМОНА Польова С.Є, Польовий С.С.....	387
ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПСИХОФІЗИЧНОЇ ПІДГОТОВЛЕНОСТІ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМ» Болтоматіс Д.В., Волкова Т.В.....	389
ВПЛИВ ФІТНЕС-ПРОГРАМ НА ФІЗИЧНУ ПІДГОТОВЛЕНІСТЬ ТА ФІЗИЧНЕ ЗДОРОВ'Я СТУДЕНТІВ Павлюк О.В., Гончарук В.В.....	390

Збірник тез доповідей 77 наукової конференції викладачів академії
18 – 21 квітня 2017 р.

Матеріали, занесені до збірника, друкуються за авторськими оригіналами.
За достовірність інформації відповідає автор публікації.

Рекомендовано до друку та розповсюдження в мережі Internet Вченою радою
Одеської національної академії харчових технологій,
протокол № 15 від 25.04.2017 р.

Під загальною редакцією Заслуженого діяча науки і техніки України,
Лауреата Державної премії України в галузі науки і техніки,
д-ра техн. наук, професора Б.В. Єгорова

Укладач Т.Л. Дьяченко

Редакційна колегія

Голова Єгоров Б.В., д.т.н., професор

Заступник голови Поварова Н.М., к.т.н., доцент

Члени колегії:

Бурдо О.Г., д.т.н., професор

Волков В.Е., д.т.н., професор

Гапонюк О.І., д.т.н., професор

Жигунов Д.О., д.т.н., доцент

Іоргачова К.Г., д.т.н., професор

Капрельянц Л.В., д.т.н., професор

Коваленко О.О., д.т.н., ст.н.с.

Косой Б.В., д.т.н., професор

Мардар М.Р., д.т.н., професор

Павлов О.І., д.е.н., професор

Станкевич Г.М., д.т.н., професор

Савенко І.І., д.е.н., професор

Ткаченко Н.А., д.т.н., професор

Ткаченко О.Б., д.т.н., професор

Хобін В.А., д.т.н., професор

Хмельнюк М.Г., д.т.н., професор

Черно Н.К., д.т.н., професор