

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



МАТЕРІАЛИ

VI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

11 – 13 жовтня 2018 р.

ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА

ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

м.Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції 11-13 жовтня 2018 р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2018. – 327 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Каламан О.Б. – директор ННПЕіМ ім.Г.Е.Вейнштейна
ОНАХТ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. - к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. - д.е.н., доц., Купріна Н.М. - к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. - д.е.н., проф., Павлов О.І. - д.е.н., проф., Рогатіна Л.П. - к.с.н., доц., Савенко І.І. - д.е.н., проф.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Одеської національної академії харчових технологій протоколом № 2 від 02.10.2018 р.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

майбутньому прибутковими для організації коли перейдуть в зону «Зірки», або ні, якщо з часом скотяться до позицій «Собаки». Тому безнадійні «Дикі кішки» або такі, що вимагають значних інвестицій, на які в даний час організація не здатна, повинні бути видалені з бізнес-портфеля. Аналізуючи наведені матриці БКГ, можна прийти до висновку, що збалансованим є портфель ПрАТ «Український бекон», портфель ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» також досить прийнятний, а портфель ПАТ «Кременчукм'ясо» є незбалансованим і критичним.

Література

1. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб і доп. – Київ : КНЕУ, 2004. – 699 с.
2. Stock market infrastructure development agency of Ukraine (SMIDA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://smida.gov.ua/>

АНАЛІЗ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ НАБОРУ СУХИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ

Мардар М.Р., д.т.н, професор кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
Статєва М.С., аспірант кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
Одеська національна академія харчових технологій

Для Збройних Сил України питання забезпечення повноцінним і раціональним харчуванням військовослужбовців є надзвичайно важливим. Порушення процесів адаптації до умов військової служби є однією з найчастіших причин дефіциту маси тіла юнаків, зниження працездатності та підвищення загальної захворюваності, що негативно відбивається на боєздатності особового складу. На сьогодні необхідна модернізація харчових раціонів військовослужбовців відповідно до науково обґрунтованих норм за поживною, біологічною та енергетичною цінністю [1]. Однією із головних умов цього є науково обґрунтоване вивчення специфіки потреб, очікувань і вподобань цільового сегменту споживачів, спрямоване на максимальне задоволення їх інтересів.

Основне завдання проведених маркетингових досліджень споживчих уподобань полягало у: виявленні соціально-демографічних характеристик споживачів каш миттєвого приготування; вивчення споживчих уподобань респондентів при виборі каш миттєвого приготування для військовослужбовців; виявленні відношення споживачів до системи харчування в польових умовах та існуючого набору сухих продуктів.

Дослідження були проведені у 2018 р. серед військовослужбовці Військовій академії м. Одеси. В опитуванні взяли участь 300 осіб. Результати маркетингових досліджень показали, що військовослужбовці не задоволені існуючим добовим польовим набором продуктів, більшість не влаштовує одноманітність (35 %), обмеженість вибору страв (21 %), харчова цінність/ калорійність (11%), кількість страв в наборі сухих продуктів (10%). Відповіді респондентів свідчать про необхідність розширення асортименту існуючого набору сухих продуктів.

Що стосується відношення військовослужбовців до організації харчування, то результати опитування свідчать, що 53 % респондентів не задоволені системою організації харчування в польових умовах, 16 % - задоволені, а 32 % було важко відповісти. За результатами аналізу анкет встановлено, що 68 % респондентів ставляться позитивно до включення нових каш миттєвого приготування в добовий польовий набір продуктів, а відношення інших споживачів до них можна істотно поліпшити за рахунок роз'яснювальної роботи про переваги даного продукту.

Аналіз відповідей респондентів щодо характеру найбільш поширених негативних змін організму у результаті професійної діяльності вказує, що перспективною є розробка нових каш миттєвого приготування на основі натуральних компонентів, що запобігатиме проявам втоми та профілактики деяких хвороб. На питання: «Яка страва Вас не задовольняє в добовому польовому наборі продуктів?» Дослідження показало, що 55% респондентів не задовольняє готові до вживання другі страви (каші з овочами або з м'ясом), 26% - готові до вживання перші страви (суп з м'ясом або борщ з м'ясом), 5% - галети, 4% - сухарі, 10 % - важко відповісти. За результатами дослідження встановлено, що першочергово необхідно удосконалити готові до вживання другі страви, у зв'язку з цим доцільним буде розробка нових каш з поліпшеними споживними властивостями.

Встановлено, що найбільш важливими факторами для військовослужбовців при виборі каш миттєвого приготування є смак, склад/безпечність, харчова та енергетична цінність, найменш важливими – форма та дизайн пакування. Результати наведені на рис. 1.

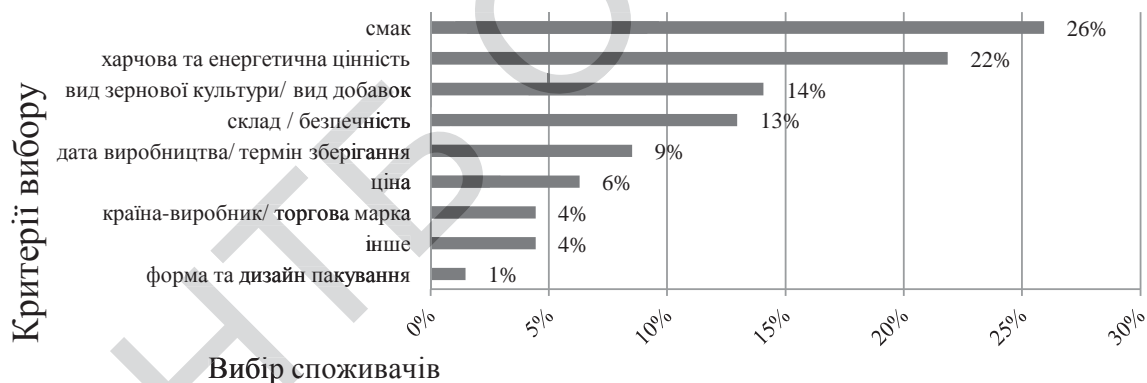


Рис.1- Фактори, які впливають на респондентів при виборі каш миттєвого приготування

Так як, смак є основним критерієм вибору каш миттєвого приготування, тому нами були проведені дослідження по вивченню смакових переваг респондентів (рис. 2). У результаті встановлено, що більшість респондентів віддають перевагу м'ясним (32%) та фруктовим добавкам (29%), а також молочним (15%) та овочевим добавкам (10%). Отримані результати у наступному потрібно врахувати при розробці рецептур нових каш миттєвого приготування [2].

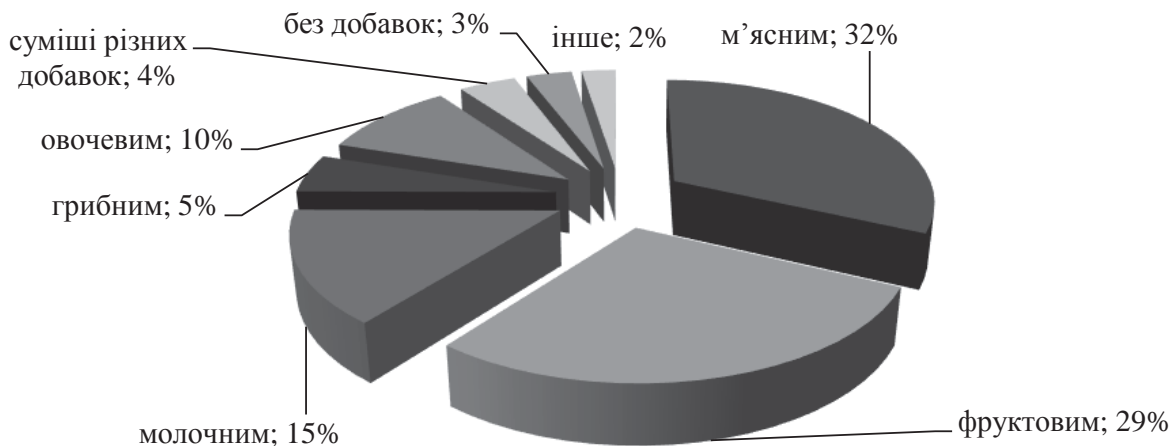


Рис.2 - Смакові переваги респондентів

Результати маркетингових досліджень у подальшому буде враховано при формуванні якості нових каш миттєвого приготування для військовослужбовців. Також на основі проведених маркетингових досліджень встановлено, що споживач хоче отримати продукт, а саме каші миттєвого приготування з м'ясним та фруктовим смаком з поліпшеними споживними властивостями, а найголовніше – продукт повинен бути смачним, якісним та безпечним.

Література

1. Депутат Ю.М. Гігієнічна оцінка добового раціону харчування військовослужбовців строкової служби ЗС України [Текст] / Ю.М. Депутат, М.П. Гуліч, Н.М. Вінокурова // Гіг. насел. місць. – 2004. – вип. 44. – С. 559– 563.
2. Mardar M., Khrupalo M., Stateva M. The marketing research of military service people's consumer preferences of dry product packages and ways of their improvement // Харчова наука та технологія. – 2018. – Т. 12. – №. 1.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Крупіна С.В., к.е.н., доцент кафедри економіки промисловості
 Яблонська Н.В., к.е.н., доцент кафедри економіки промисловості
 Одеська національна академія харчових технологій

В останні роки створення конкурентоспроможних підприємств, регіонів, країн можливо тільки за рахунок ефективного використання інтелектуальних ресурсів, впровадження новацій, виробництва якісно нової продукції, створення інновацій у всіх сферах суспільного життя. Потенціал – це комплексна категорія, яка поєднує в собі різні складові, які взаємодіють між собою (фінансова, ресурсна, виробнича, інтелектуальна, інвестиційна та інші).

В сучасному світі відбувається активне залучення результатів інтелектуальної діяльності у всі сфери господарювання, тому актуальним на сьогодні є детальне вивчення інтелектуального потенціалу як однієї з найважливіших складових інтелектуального капіталу, який в свою чергу є важливим елементом сукупного потенціалу підприємства.

34.	УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ Дурбалова Н. І., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса	90
35.	СУТНІСТЬ РУРАЛІЗМУ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ Павлов О. І., д.е.н., професор, завідувач кафедри, ОНАХТ, м. Одеса	91
36.	ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВЫЯВЛЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ О.Г. Винник, старший преподаватель, Н.В. Кирьянчикова, студент Гомельский государственный технический университет им. П.О. Сухого	96
37.	ПОРТФЕЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ Дьяченко Ю.В., старший викладач, ОНАХТ, м. Одеса	99
38.	АНАЛІЗ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ НАБОРУ СУХИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ Мардар М.Р., д.т.н., професор, Статєва М.С., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса	102
39.	ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ Крупіна С.В., к.е.н., доцент, Яблонська Н.В., к.е.н., доцент, ОНАХТ	104
40.	СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕФЕКТИВНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ Васьковська К.О., к.е.н., ст. викладач, Стецюк В.М., магістрант, ОНАХТ,	107
41.	РОЗВИТОК АГРОХОЛДІНГІВ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ: ЗДОБУТКИ І ВИКЛИКИ Дідух С.М., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	109
42.	ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ Відоменко І.О. к.е.н., доцент, Кондратюк Н.С., магістрант, ОНАХТ	111
43.	БРЕНДИНГ БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНИХ РЫНКАХ Соловьева Л.Л., к.э.н., доцент, Домород А.В. старший преподаватель Гомельский государственный технический университет им. П.О.Сухого	113
44.	ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЦЕДУР ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ Кухарук А.А., викладач екон. дисциплін першої категорії, Коробкіна О.В., викладач-методист економічних дисциплін Одеський технічний коледж	116
45.	ПОЗИТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ВИРОБНИЦТВІ І ВИКОРИСТАННІ БІОГАЗУ У ПЕРЕРОБНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ Коробкіна О.В., викладач-методист екон. дисциплін вищої категорії, Копайгородська Т.Г., викладач-методист екон. дисциплін вищої категорії, Одеський технічний коледж	118
46.	РОЗВИТОК ФУНКЦІЇ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ Проскурніна Н.В., к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця	122
47.	АКТУАЛЬНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ Голубьонкова О.О., к.е.н., доцент, Чирка В.В., аспірант, ОНАХТ	124
48.	МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ Лобоцька Л.Л., к.т.н., доцент, Орлова О.В., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	126
49.	ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ Свістун Т.В., к.е.н., доцент, Мороз Д.О., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	128