

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



ТЕЗИ

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

**4 – 5 КВІТНЯ 2019 р.
м. Одеса**

СФЕРА ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ Шевченко В. С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Наукові керівники - к.е.н., доц. Бахчиванжи Л. А; ст.викл. Євтушок О. В; асист. Значек Р. Р.	28
АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА КОМПАНІЇ «УКРКАВА» Бундзяк А. А., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – ст. викл. Брайко М. Г.	30
СИСТЕМА МАРКЕТИНГ-МІКСУ ЗА МЕТОДОМ 7Р ДЛЯ КАВ'ЯРНІ «БІЛИЙ КІТ» (м. ОДЕСА) Крушкіна І. О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – ст. викл. Брайко М. Г.	33
РИНОК СИРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ: ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ УПОДОБАНЬ Новікова О. А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник: к.е.н., ст.викл. Лозовська Г. М.	35
РИНОК МАКАРОННОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗИТКУ Пікінер Н. Є., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник: к.е.н., ст.викл. Лозовська Г. М.	37
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ Кдюс К. О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – ст. викл. Брайко М. Г.	39
РИНОК ШОКОЛАДУ В УКРАЇНІ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ Стоянова О. І., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій Наукові керівники - к.е.н., доц. Бахчиванжи Л. А; ст.викл. Євтушок О. В; асист. Значек Р. Р.	42
ОСОБЛИВОСТІ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ Василюк В. О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – к.е.н., доц.Євтушевська О. О.	44
АСПЕКТИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ ЗЕРНА Бондарчук Д. О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – канд. с.-г. наук, доц. Черевата Т. М.	46
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЗЕМЕЛЬ В УКРАЇНІ Чебан Д. О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – к.е.н, доц. Криницька О. О.	48
СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ Аун В. М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – к.т.н., доц Лобоцька Л. Л.	50
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АГРАРНИХ ЗЕМЕЛЬ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАСНОСТІ Корікова А. К., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса Науковий керівник – к.е.н., доц. Дідух С. М.	53

СИСТЕМА МАРКЕТИНГ-МІКСУ ЗА МЕТОДОМ 7P ДЛЯ КАВ'ЯРНІ «БІЛИЙ КИТ» (М. ОДЕСА)

Крушкіна І. О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Актуальність теми. Глобальне переосмислення кав'ярні, як міського публічного закладу та культурного осередку, стимулювало появу кав'ярень «третьої хвилі», до яких відноситься і одеська міська кав'ярня «White Whale» («Білий Кит»).

Метою є дослідження комплексу маркетингу кав'ярні за системою 7P (Product, Price, Place, Promo, People, Process, Physical evidence) для визначення характерних рис кав'ярні «третьої хвилі».

Результати дослідження. Product: кавові напої, в тому числі і альтернативні (за методом заварювання: пуловер, кемекс, аеропресс), чаї, кондитерська продукція.

Концепція закладу: створення виключно кавового закладу. Позиціонування: «Темні зерна на білому аркуші паперу». Краща кави в місті. Серед позицій меню є Barista Choise, замовивши який, ви отримуєте не тільки напій, але і всю інформацію про нього і пояснення, чому бариста зробив саме такий вибір. Замовлення приймаються як для вживання в залі так і to go (на винос).

У «White Whale» віддають перевагу класиці – жодних сиропів та інших топінгів. Вибір сорту для еспресо за гостем – тут пропонують суміш або моносорти. Кав'ярня – один із закладів Make My Cake Company, тому тут представлені десерти власного виробництва. Асортимент десертів відмінний від інших закладів компанії, так як тут можна замовити тільки ті солодощі, які ідеально підходять під каву.

Цільова аудиторія: креативна молодь, молоді співробітники, що працюють в центрі міста, любителі кави, молоді сім'ї. Середній вік клієнтів – 22 роки. Пересуваються по центру міста пішки або на велосипедах.

Price: Концепція ціноутворення – власники ранжують ціни від самих «правильних» до самих «неправильних» щодо кави. Саме тому середня ціна за напій тут – 29 грн. (березень 2016), а ціна на раф –кава (з вершками і ванільним цукром) – 66 грн. (не змінюється протягом півроку). Власники вирішили не виключити шкідливий напій з меню, а «карати покупців рублем», тим самим відучити їх вживати його. Акції та знижки тут виключені.

Place: Заклад знаходиться в тупиковому провулку Віце –адмірала Жукова 3/7 (між Дерибасівською та Грецькою площею), який служить для багатьох одеситів, що працюють в центрі міста, паркуванням. Раніше тут були дуже популярні місця для молоді: Циферблат, Будинок культури «Ліс». Приміщення на два яруси, з концептуальним мінімалістичним дизайном – ніщо вас не відволікає від кави.

Кількість посадочних місць було збільшено в січні 2017 року, завдяки відкриттю другого рівні: до 52. У закладі є гардероб і санвузол. Перед закладом є велопарковка.

Promo: Заклад представлено в соціальних мережах:

– Facebook <https://www.facebook.com/whitewhale.od/> Станом на 18.06.2017: Рейтинг кав'ярні 4,8 (відгуки 144, з них «5» – 134). Подобається 5 401 людині. Підписані 5 353 особи. Відвідали 3 260 осіб. Публікації регулярні, лайки – від 6 –10 до 20 –30, більш активно реагують на відео, коментарії відвідувачів – останній час відсутні.

– Instagram <https://www.instagram.com/whitewhale.coffee/> Станом на 18.06.2017: 847 публікацій. 14,7тис. підписчиків. Кількість лайків на певному фото – від 300 до 1200, фото активно коментуються.

Отже, найбільш активне обговорення – сторінка в Instagram, інформативно насичена – сторінка у Facebook.

До відкриття «Білого Кита» (перезапуск кав'ярні «Ліс») було приурочено проведення івенту «Альтернативний день в White Whale», де проходило знайомство з альтернативними способами приготування кави. Три бариста закладу провели кавовий майстер –клас за темою: «Як Кенія розкриє свій смак завдяки модернізованій колбі Ерленмайера і звичайної лабораторної воронці зі скла»; «Що сконструював інженер –викладач Стенфордського університету і які ноти смаку переважатимуть в Нікарагуа Сан Паоло»; «Як виглядає кавова церемонія на Ефіопії Йєргачефф».

Протягом грудня 2015 – січня 2016 року тут проводили по неділях у 12:00 кавові розмови, де бариста знайомили гостей з кавовою культурою, розповідали про маршрути, що долає кавове зерно від ягоди до нашої чашки, про основні регіони і способи збору кавових ягід. Цикл зустрічей проходив в форматі «Дня Кавового Фермера (або Кавового Вождя) в White Whale», де обговорювали філософію кави, вплив на смак зовнішніх чинників і чому не варто додавати цукор в напій.

25.01.2016 року було відкрито ознайомчий кавовий клас на 2-му поверсі закладу. Тут в лютому – березні 2016 року по понеділках, середах та п'ятницях проводились кавові розмови у форматі малокомплектних майстер –класів (вхід відкритий, але за попереднім записом) на 6 осіб, де дискутували, вчилися, розвивалися, слухали про обжарювання кави, вчилися розпізнавати каву не тільки на смак. Після відкриття «Малого Кита» в iQSpace також відбувалися кавові зустрічі з подальшою дегустацією для привернення уваги потенційних споживачів. Одна з тем: "Кавові світи. Фермери Африки і Центральної Америки. Обжарка Італії або України" (12.03.2017)

Кав'ярня «Білий Кит» бере участь у міських івентах: фестивалі «Цімес Поштовий», «Гешефт», «Пікнік в санаторії ім. М. Горького», в Зеленому театрі та інші. Про участь у міських заходах завжди є публікації на сторінках соціальних мереж із закликом відвідати їх локації; під час проведення івентів завжди публікуються фото –звіти. Протягом тижня, починаючи з 17.09.2016, підтримували проект хлопців та дівчат з Urban Ins. і Зеленого театру в провулку Віце –адмірала Жукова, який мав за мету показати альтернативу вулиці – парковки, якою вона може бути без машин в пішохідному режимі! В цей час

при кав'ярні працював літній майданчик, де можна було випити кави на вулиці і отримати насолоду від теплої вересневої погоди!

People: власники – сім'я Гладченко-Бахонько; персонал кав'ярні: бариста, офіціанти; персонал компанії Make my Cake Corp.: кондитери, постачальники і відділ логістики, технічна служба, дизайнери, декоратори і флористи; обжарщики (обжарочні «Фунт кави» та «Foundation Coffee Roasters»).

Process: клієнти найактивніше комунікують з персоналом під час замовлення, який здійснюється у стійки бариста. Також клієнти самостійно забирають замовлення (напої). Помічник бариста може піднести тільки десерти. Посуд після відвідування забирає помічник бариста. Прописані стандарти обслуговування даного закладу: з еспресо подається вода, для кожного напою використовується свій посуд. При оформленні замовлення вас обов'язково запитають про перевагу сорту кави. Всі напої з меню можна замовити на бленді з 3 сортів кави і з моносортів, яке змінюється раз на місяць. Також напої видаються з собою.

Physical evidence: фізичними доказами служать апарати для приготування альтернативи і принтери з прописаними на них описами зерен. Кава – машина винесена в зал, що злучити фізичним доказом приготування на замовлення. Всі десерти представлені у відкритих вітринах. Є премії кавових турнірів майже всіх українських конкурсів бариста. Оцінка 8,4 з 10 по 554 відгуках на Foursquare.

Таким чином, у кав'ярнях «третьої хвили», в першу чергу, відносяться до кави як до продукту зі своїм обличчям та характером. До кожного клієнта є максимально індивідуальний підхід. Характерним є широкий асортимент кавових напоїв та наявність досвідченого бариста, який може з легкістю підібрати необхідні складові напою, з урахуванням побажань клієнта.

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

РИНОК СИРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ: ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ УПОДОБАНЬ

Новікова О. А., студ.СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Сир – це традиційний молочний продукт, який вживається людьми протягом століть. Споживання сиру в різних країнах відрізняється і залежить від смакових вподобань та доходів населення.

Українці споживають доволі мало сиру – близько 2,3 кг на рік, у розрахунку на одного жителя.

Сьогодні сирний ринок України в основному складається з твердих сирів. У минулому році вони займали частку в 93,4% в структурі виробництва. Розсільні і м'які види сиру випускалися приблизно в рівних пропорціях і становили в загальній структурі по трохи більше 3% кожний.

Серед усього різноманіття сирів, які є зараз на ринку України, наші споживачі віддають перевагу таким сортам, як «Російський» (19% відповідей