

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ЗБІРНИК
НАУКОВИХ ПРАЦЬ
МОЛОДИХ УЧЕНИХ,
АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ



ОДЕСА
2019

ББК 36.81 + 36.82
УДК 663 / 664

Головний редактор, д-р техн. наук, проф.
Заступник головного редактора, канд. техн. наук, доцент.
Відповідальний редактор, д-р техн. наук, проф.

Б.В. Єгоров
Н.М. Поварова
Г.М. Станкевич

Редакційна колегія
доктори наук, професори:

Р.В. Амбарцумянц, А.Т. Безусов, С.В. Бельтюкова,
О.Г. Бурдо, Л.Г. Віннікова, О.І. Гапонюк,
К.Г. Іоргачова, Л.В. Капрельянц, Б.В. Косой,
С.В. Котлик, Г.В. Крусір, М.Р. Мардар, В.І. Мілованов,
В.В. Немченко, Л.А. Осипова, О.І. Павлов,
В.М. Плотніков, І.І. Савенко, О.Є. Сергєєва,
Л.М. Тележенко, О.С. Тітлов, Н.А. Ткаченко,
О.Б. Ткаченко, Г.М. Хмельнюк, В.А. Хобін, Н.К. Черно,
О.О. Коваленко, Д.О. Жигунов

доктори наук:

Одеська національна академія харчових технологій
Збірник наукових праць молодих учених, аспірантів та студентів
Міністерство освіти і науки України. – Одеса: 2019. – 179 с.

Збірник опубліковано за рішенням вченої ради від 02.07.2019 р., протокол № 12
За достовірність інформації відповідає автор публікації

© Одеська національна академія харчових технологій, 2019

РОЗДІЛ 6

ТОВАРОЗНАВСТВО Й ЕКСПЕРТИЗА ТОВАРІВ

НТБ ОНАХТ

АСОРТИМЕНТА ПОЛІТИКА ЗАТ «ОДЕСАКОНДИТЕР» ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ КОРИСНИХ СОЛОДОЩІВ В СЕГМЕНТІ «ЗЕФІР»

Сербова К.А., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Зефір – рід цукристої кондитерської продукції, який виробляється шляхом збивання фруктов-ягідного пюре з цукром і яечним білком, з подальшим додаванням в цю суміш будь-якого з формоутворюючих наповнювачів: пектину, агарового сиропу, желатинової (мармеладної) маси [1].

Актуальність дослідження полягає в необхідності впровадження у виробництво і виведення на ринок корисних кондитерських виробів для підтримки здорового способу життя різними верствами населення.

У зв'язку з тенденцією здорового способу життя, ринок натуральних солодошів України з 2016 р стрімко розвивається. Також цьому сприяє велика врожайність фруктів і ягід в країні. Для українського ринку солодоші на фруктовій основі – нова галузь і тому цей ринок тільки почав набирати обертів. До числа корисних для організму людини солодошів відноситься зефір [2].

Тенденції світового ринку зефіру показують, що його асортимент постійно розширяється шляхом виведення на ринок новинок (зефір з новими і оригінальними смаками і ароматами) [3].

Зефір стабільно користується високим попитом серед дорослого та дитячого населення нашої країни. Як показує статистика України, прихильники здорового харчування частіше купують солодоші на фруктовій основі. Цільовою аудиторією цих продуктів виступають жінки віком від 20 до 50 років. Також молоді мами купують натуральні солодоші для своїх дітей, бажаючи поліпшити їхнє харчування [3].

З метою виявлення потреб покупців при виборі зефіру, було проведено маркетингове дослідження за допомогою анкетного опитування споживачів. Воно дозволило прийти до наступних висновків:

- велика частина респондентів (39%) купують зефір 2-3 рази на місяць;
- при дослідженні критеріїв вибору зефіру для споживача виявилися важливими такі параметри товару, як термін придатності, смакові якості і ціна;
- по виду обробки лідирує зефір в шоколадній глазурі (37%);
- за видом начинки більш затребуваними вважаються шоколадна (25%), желейна (23%) і молочна (21%);
- вивчалася думка респондентів з питання виробництва зефіру спеціального призначення, в тому числі для дитячого харчування з пониженим вмістом цукру і з підвищеним вмістом білка.

Було встановлено, що розробка зефіру для дитячого харчування актуальна для 61% респондентів. З них 66% вважають за доцільне виробництво дитячого зефіру з продуктів переробки фруктів і овочів, а також з додаванням вітамінів, пребіотиків, антиоксидантів та ін.

– аналіз переваг інгредієнтів для збагачення зефіру показав, що найбільш переважними для споживачів є наявність в його складі вітамінів (52%), пребіотиків (34%) і антиоксидантів (19%). (див.рис.1)

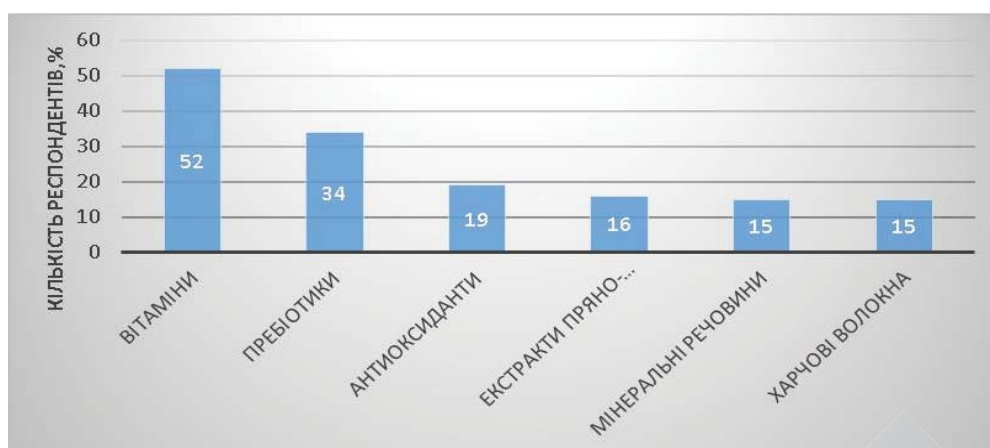


Рис.1 -Аналіз переваг інгредієнтів для збагачення зефіру

Для з'ясування перспективних напрямів розвитку ЗАТ «Одесакондитер» (ТМ «ЛЮКС») з урахуванням вимог ринку був проведений SWOT-аналіз. Він представлений в табл. 1.

Таблиця 1 – Матриця SWOT-аналізу ЗАТ «Одесакондитер».

Внутрішнє середовище	Сильні сторони (S):	Слабкі сторони (W):
	Зовнішнє середовище	<ol style="list-style-type: none"> 1. Легендарна історія підприємства 2. Традиції виробництва зефіру з 1960 року. 3. Компетентний управлінський персонал 4. Використання виключно якісної сировини 5. Виробництво кондитерських виробів без ГМО 6. Відносно дешева сировина та матеріали 7. Відома торговельна марка на півдні України (ТМ «ЛЮКС») 8. Налагоджена збутова мережа 9. Гарантована свіжість продукції.
Можливості (O):	SO-рішення	WO-рішення
<ol style="list-style-type: none"> 1. Тренд здорового способу життя та харчування 2. Приплив відпочиваючих та туристів в курортний сезон 3. Підвищення попиту на корисні продукти 4. Поява нових технологій кондитерського виробництва 5. Інноваційні розробки нових видів зефіру 6. Поява сучасного обладнання 7. Можливість навчання персоналу 8. Наявність ненасичених сегментів ринку 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розширення асортименту кондитерських виробів за рахунок освоєння виробництва корисних солодощів в сегменті «Зефір» 2. Вихід на старий ринок з новим товаром 3. Проникнення нової продукції на ненасичені сегменти як вітчизняного, так і закордонного ринку 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проведення маркетингових заходів по просуванню нової продукції на ринок 2. Заміна старого обладнання на нове 3. Проведення тренінгів по підвищенню кваліфікації працівників і рівня корпоративної культури.

--	--	--

Продовження таблиці 1

Загрози (Т):	ST-рішення	WT-рішення
<p>1.Нестабільна політична та економічна ситуація в країні</p> <p>2. Посилення конкурентного тиску (сильні лідери, поява нових конкурентів)</p> <p>3.Зниження купівельної спроможності населення внаслідок економічної кризи</p> <p>4.Можливість появи нових товарів і товарів-замінників</p> <p>5.Відсутність джерел фінансування внаслідок політики НБУ щодо кредитування</p> <p>6.Консерватизм споживача</p> <p>7.Зростання цін на сировину та паливно-енергетичні ресурси</p>	<p>1.Залучення інвесторів шляхом розробки бізнес-плану</p> <p>2.Гнучка цінова політика, використання ефективних каналів товароруку (збуту) і маркетингових комунікацій</p> <p>3.Формування попиту на новий продукт шляхом позиціонування товару</p>	<p>1.Регулярне проведення маркетингових досліджень ринку, конкурентів та споживачів</p> <p>2.Поступове зниження ціни на нову продукцію за рахунок збільшення обсягів виробництва і продажу</p> <p>3.Просування товару на ринок засобами мерчандайзингу</p> <p>4. Проведення ефективної рекламної компанії як для існуючих, так і для нових видів продукції</p> <p>5.Оптимізація витрат на маркетингові комунікації</p>

Як видно з наведеної матриці, стратегічним напрямом розвитку ЗАТ «Одесакондитер» стане виробництво і виведення на ринок корисних солодоців – зефіру для дітей, до складу якого увійдуть вітаміни А і С. Це дозволить розширити товарний асортимент лінійкою продукції оздоровчого призначення.

Збагачений вітамінами А і С зефір для дітей сприятиме:

- активізації зростання дитячого організму (так як стимулює ріст кісток, волосся, зубів і відіграє велику роль в їх зміцненні.);
- позитивному впливу на формулу крові;
- зміцненню імунітету.

Для залучення уваги маленьких цінителів зефіру пропонується яскрава, барвиста упаковка, в якій будуть знаходитись казкові персонажі:

- для дівчаток буде розроблена колекція казкових принцес, таких як: Попелюшка, Рапунцель, Спляча Красуня, Русалочка;
- для хлопчиків будуть представлені їх улюблені герої: Бетмен, Людина-Павук, Черепашки Ніндзя.

Пропонуємий зефір буде виготовлятися в зменшеному розмірі, щоб дитина могла з'їсти його за один раз, так як його консистенція дуже липка. Таким чином, дитина не буде бруднитися, що є великим плюсом для батьків.

Зефір для дітей ТМ «ЛЮКС» прийдеться до смаку не тільки дітям, а, навіть, і дорослим. Він буде розфасований в упаковки по 300 грам. Ціна за 1 упаковку становить 30,00 гривень. Витрати на рекламну компанію плануються у розмірі 47733 грн. Показник ROMI становить 33% (тобто ROMI > 0) і переконливо свідчить про ефективність всіх запланованих маркетингових заходів.

Отримані результати проведених наукових досліджень дозволяють запропонувати ЗАТ «Одесакондитер» з метою підвищення його конкурентоспроможності та покращення фінансового стану, а також найбільш повного задоволення потреб споживачів, впровадити у виробництво новий вид продукції – корисні солодощі, а саме зефір для дітей «Дитяче свято», до складу якого, за перевагами споживачів, увійдуть вітаміни А і С.

«Здорова дитина – щаслива родина!»

Науковий керівник – ст. викладач Голодонюк О.М.

Література

1. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
2. Сучасний стан справ в кондитерській галузі України // Діловий Вісник Торгово-промислової палати України. - 2012. - №8 (219). - 52 с.
3. Брендингове агентство KOLORO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua>.

ROLE OF SENSORY ANALYSIS AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF «FINE WINE» PRODUCTION	
Artur Khutak.....	126
ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ КАВИ МЕЛЕНОЇ	
Кулава О.Г.....	128
ТЕХНОЛОГІЧНА ЕКСПЕРТИЗА ВИРОБНИЦТВА М'ЯСНОЇ КОНСЕРВОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ М'ЯСОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ALLFEINFEINKOSTGMBHQCOS.KG»	
Цапля Р.П.	129
COMMODITY ASSESSMENT OF FOOD QUAIL EGGS	
Minenkova Anastasia.....	131
РОЗРОБКА РЕЦЕПТУР ПРОДУКТІВ З ПЕРЕПЕЛИНИХ ЯЄЦЬ В ЗАЛИВАХ	
Міненкова А.С.	133
ВПЛИВ ВОДОПІДГОТОВКИ НА ЯКІСТЬ ГОТОВОГО ПИВА В УМОВАХ МИКОЛАЇВСЬКОГО ВІДДІЛЕННЯ «САН ІНБЕВ УКРАЇНА»	
Сльніков О.В.	135
БІОСЕНСОРИ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В АНАЛІЗІ	
Єршова К.С.	136
ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ ОТРИМАННЯ КОМПЛЕКСІВ НА ОСНОВІ КАЗЕЇНУ ТА ВОДОРОЗЧИННИХ ВУГЛЕВОДІВ	
Антонов Д.О.....	138
ВПЛИВ ПРОТЕЇНІВ РОСЛИННОГО ПОХОДЖЕННЯ НА ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ МАС ДЛЯ НУГИ	
Воевудська Ю.З., Янчикова Л.І., Садченко І.Р.....	139
ТОВАРОЗНАЧА ОЦІНКА ЕНЕРГЕТИЧНИХ НАПОЇВ, ЯКІ РЕАЛІЗУЮТЬСЯ В ТОРГОВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ М. ОДЕССА	
Жигайло К. Ю.	141
АСОРТИМЕНТА ПОЛІТИКА ЗАТ «ОДЕСАКОНДИТЕР» ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ КОРИСНИХ СОЛОДОЦІВ В СЕГМЕНТІ «ЗЕФІР»	
Сербова К.А.	144
 РОЗДІЛ 7 – ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	
USE OF THE COLLAGEN HYDROLYSATE IN HUMAN RATION AS DISEASE PREVENTION	
Oleynik M.I.	149
METHODOLOGY OF THE ANALYSIS OF FIXED ASSETS: MODERN ASPECT	
Pryimak V.O.....	150
СУЧАСНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ	
Квашенко А.Ю.	152

Наукове видання

**Збірник наукових праць
молодих учених, аспірантів
та студентів**

Том 1

Головний редактор, д-р техн. наук, проф. Б.В. Єгоров
Заст. головного редактора, канд. техн. наук, доц. Н.М. Поварова
Відповідальний редактор, д-р техн. наук, проф. Г.М. Станкевич
Технічні редактори А.В. Коваль, Т.Л. Дьяченко

Ум. друк. арк. 10,4